JAPAN

ANALYSIS OF FOOD TRADE OPPORTUNITIES

March 1992

International Programs Directorate
Agriculture Canada

JAPAN

ANALYSIS OF FOOD TRADE OPPORTUNITIES
MARCH 1992

Objective

This report complements the Agri-Food Export Market Assessment report on Japan by providing market intelligence and assessment of agri-food export opportunities from a food product perspective.

Author

Joan Anderson
Office of Trade Evaluation

Review Board

Merritt Cluff
Jim Lohoar
Gordon Richardson
André Saulnier

Trade Analysis

Bruce Radburn, Marc Gervais
Office of Trade Evaluation

Coordinator

Paul-Arthur Huot
Internatioal Market Services Division

Available from:
Agriculture Canada
C.D. Howe Bldg., 240 Sparks Street
Ottawa, Ontario, K1A OC5
Tel: (613) 993-6671
Fax: (613) 995-0949
Disponible également en français

Agriculture Canada 1992

The author wishes to acknowledge the assitance of Mr. Ezio DiEmanuele, Counsellor, Canadian Embassy, Japan in preparing this report.

92-06478/

JAPAN

Analysis of Food Trade Opportunities

CONTENTS:

1. ANALYSIS OF AGRI-FOOD TRADE 1

2. TRADE OVERVIEW 2

2.1 Japan's Agri-Food Imports 2
2.2 Japan's Suppliers 4
2.3 Canada-Japan Trade 4

3. TRADE IN CONSUMER-ORIENTED FOODS 6

3.1 MEAT 6

3.11 Beef 6
3.12 Pork 7

3.2 FRUIT AND VEGETABLES 8

3.3 PROCESSED FOODS AND BEVERAGES 8

3.31 Alcoholic Beverages 10
3.32 Juice 11
3.33 Mineral Water 11
3.34 Prepared Meats 11
3.35 Frozen Prepared Potatoes 13
3.36 Cereal Products 13
3.37 Maple Products 14
3.38 Honey 14
3.39 Pet Food 15

4. FOOD TRENDS AND MARKET OPPORTUNITIES 15

5. THE CHALLENGE FOR CANADIAN EXPORTERS 17

6. CONTACTS 18

7. REFERENCES 19

8. APPENDICES 20

1. ANALYSIS OF AGRI-FOOD TRADE

This report reviews statistics of Japanese agri-food trade to gain a "snapshot" of the current trading situation and Canada's performance relative to the world. Underlying factors that explain this "snapshot" are examined to pinpoint trade opportunities that could be exploited by the Canadian agri-food industry.

To understand the nature of the current trade situation, the analysis divides products into three major categories that are mainly differentiated by level of processing:

Bulk:	Raw, bulk, unprocessed goods eg. grains and oilseeds
Intermediate:	Raw, bulk goods with an added procedure eg. flour, hides and skins
Consumer-Oriented:	High-value products targeted to consumers eg. processed foods, meat cuts

Increases in the proportion of processed products in the trading mix are desirable as processing adds value to raw commodities and increases the economic activity in the country where it takes place. Currently, the majority of Canada's agri-food exports to Japan and the rest of the world are in the bulk category.

To highlight opportunities for high-value exports to Japan, this report places particular emphasis on trade in the consumer-oriented category.

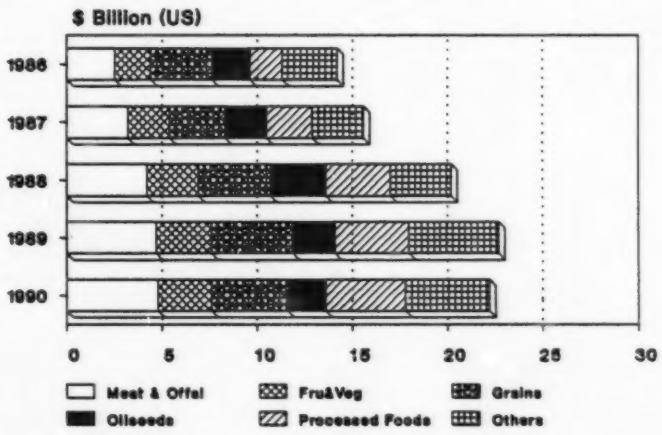
2. TRADE OVERVIEW

2.1 Japan's Agri-Food Imports

Japan is the world's largest net importer of agri-food items, buying $22.2 billion (US) from international sources in 1990. After experiencing double-digit growth rates, Japan's imports fell slightly in value (1.6%) in 1990 compared to 1989 levels.

The composition of Japan's agri-food imports have been shifting dramatically over the past few years. Imports of bulk goods, such as grains and oilseeds used to claim a large proportion of Japan's imported foodstuffs. While imports of these goods have remained relatively stable over the past few years, imports of high value consumer-oriented products such as meat, fruit and vegetables and processed foods have been increasing. (Figure 1)

Figure 1
Trends in Japan's Agri-Food Imports

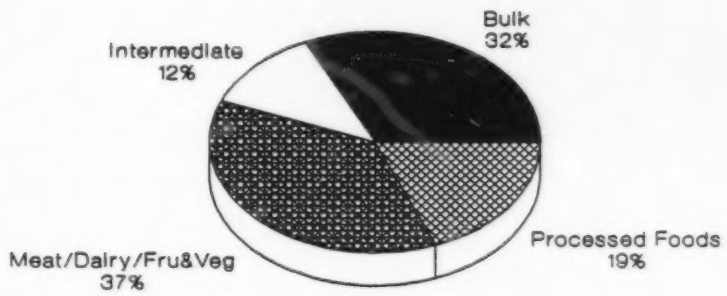


Source: JETRO

The growth in total imports in the consumer-oriented category have been due to increases both in meat and processed foods. Meat and offal imports have grown steadily from $2.47 (US) billion in 1986 to $4.82 billion (US) in 1990. Processed foods have shown the most growth of all product groupings, growing from $1.72 billion (US) in 1986 to $4.23 billion (US) in 1990 accounting for 19% of total imports.

In 1990, Japan imported 32% bulk, 12% intermediate and the remaining 56% as consumer-oriented products in terms of value. (Figure 2) A breakdown by product is in the appendices.

Figure 2
Japan's Agri-Food Imports (1990)



Source: JETRO

In 1990, Japan's top ten imported products in terms of value represented almost half of total imports. The top five have not changed their ranking from the previous year with corn taking the top spot. Rapeseed, of which Canada is virtually the sole supplier was Japan's 7th ranking import by value in 1990. Whisky imports experienced the greatest change, moving from 12th to 6th spot in one year. (Table 1)

Table 1
Japan's Top Ten Imported Agri-Food Products (1990)

Rank 89		Value ($000 US)	Top Supplier	Canada %
1	Corn	2,263,904	U.S.	0.00
2	Beef	1,884,926	U.S.	0.47
3	Pork	1,670,069	Denmark	7.07
4	Soybeans	1,258,523	U.S.	1.19
5	Wheat	1,006,263	U.S.	28.53
12	Whisky	566,960	U.K.	2.12
10	Rapeseed	557,370	Canada	99.10
11	Poultry	553,382	U.K.	0.18
6	Coffee beans	521,986	Columbia	N/A
9	Raw sugar	515,669	Australia	N/A
	TOTAL	10,799,052	Represents 49.2% of imports	

Source: JETRO, Reuters

2.2 Japan's Suppliers

The U.S. continues to be the largest supplier of agri-food products to Japan, having a share of 31.4% in 1990. China remained in second place for the second year in a row, with a 6.8% share. Taiwan's share was the third largest at 6.6%, moving from fifth place in 1989 on the basis of its recovery in the pork market. Canada moved down a notch, to fourth place with a 6.4% market share.

The dynamic nature of Japan's market is reflected by the relatively high proportion of imports from "other" countries. (Table 2)

Table 2
Agri-Food Imports by Source

Supplier	U.S.	China	Taiwan	Canada	Australia	Thailand	Korea	France	Others
1989 %	31.5	6.9	6.4	6.5	6.5	4.3	5.3	2.1	30.5
1990 %	31.4	6.8	6.6	6.4	6.2	4.7	4.6	2.9	30.4
Source: JETRO									

2.3 Canada-Japan Trade

Canada's total merchandise exports to Japan dropped for the first time in ten years from $8.8 billion[1] in 1989 to $8.2 billion in 1990, but were still high compared to the 1982 level of $4.6 billion. Imports from Japan followed a similar pattern, but remained stable at $9.5 billion in 1990, leaving a $1.3 billion trade deficit.

Canada's agri-food exports to Japan grew to $1.60 billion in 1989, and declined slightly to $1.58 billion in 1990. Japan is our largest export market after the U.S., accounting for 12.6% of all Canadian agri-food exports in 1990. Canada's agri-food imports from Japan fell in value for the third consecutive year to $40.5 million in 1990 for a trade surplus of $1.54 billion.

The majority of Canada's exports to Japan are bulk agri-food products, namely oilseeds and grains which together accounted for 74% of our exports in 1990. In terms of value, total exports of both bulk and intermediate products have been increasing over the past three years, while exports of high value, consumer-oriented products have declined. In 1990, the composition of our exports to Japan in terms of value were 69% bulk, 17.0% intermediate and 14% consumer-oriented.
(A breakdown by product is in the appendices)

Exports of bulk products grew from $1.00 billion in 1988 to $1.10 billion in 1990. Within this category grain exports grew from $406.5 million in 1988 to $466.0 million in 1989. Due to reduced world grain prices, the value of our exports to Japan declined to $453.3 million in 1990, despite a slight increase in tonnage shipped compared to the previous year. Our oilseed exports grew from $593.3 million in 1988 to $643.5 million in 1990, the majority of which is canola (93% in 1990). Canada was Japan's main supplier for canola in 1990 with 99% of the market. Canada's oilseed industry is becoming increasingly dependent on Japan as a destination for its exports (71% as of mid-1991).

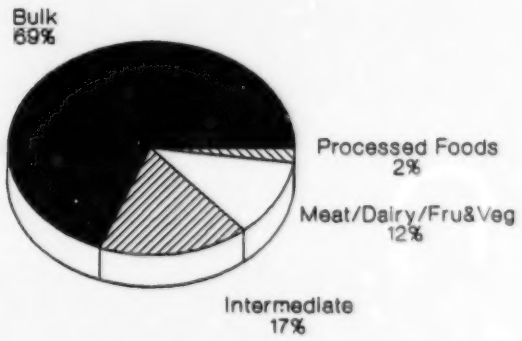
---

[1] Dollar figures are in Canadian currency unless otherwise noted.

Exports to Japan in the intermediate category grew from $219.4 million in 1988 to $269.6 million in 1990. The main products in this category in 1990 were semi-processed grains (27.0%), raw hides and skins (17.4%) and animal fodder (15.5%).

Exports of consumer-oriented products fell in value 23.2% to $217.7 million in 1990. Much of the decline was due to reductions in processed food exports which fell from $75.9 million in 1988 to $32.6 million in 1990. A large part of this was due to a drastic decline in whisky exports. This decline occurred when Japan was increasing its imports of both meat and processed food. (Figure 3)

Figure 3
Canada's Agri-Food to Japan (1990)



Source: Statistics Canada, TIERS

Canada's top five exports in terms of value, accounted for 76.2% of our trade with Japan. These products did not change their ranking from 1989 when they accounted for 75% of total agri-food trade with Japan. With the exception of frozen pork cuts, all were from the bulk or intermediate category. (Table 3)

Table 3
Top Five Canadian Agri-Food Exports to Japan (1990)

Products	Value ($000)	% of trade
Canola	596,897	37.7
Wheat	293,632	18.5
Pork cuts, frozen	128,322	8.1
Barley	117,770	7.4
Malt, not roasted	71,136	4.5
TOTAL	1,207,757	76.2

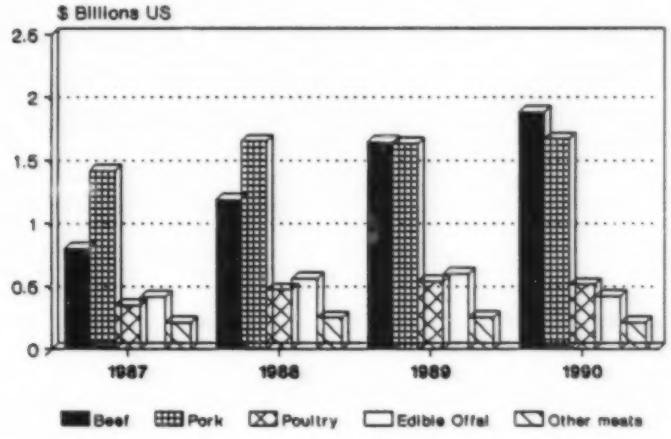
Source: Statistics Canada, TIERS

3. TRADE IN CONSUMER-ORIENTED FOODS

3.1 MEAT

After experiencing double-digit growth rates in 1988 and 1989, Japan's meat and offal imports slowed to 2.8% in 1990, for a value of $4.82 billion (US). The majority of Japan's imports are beef and pork (40.1% and 35.5% respectively in 1990).[1] (Figure 4)

Figure 4
Japan's Meat Imports



Source: LP. Sharp

Canada's exports of meat and offal grew to $204.8 million in 1989, but fell back to $165.5 million in 1990. The majority of these exports are pork (79.6%) and beef (10.4%.)[2]

3.11 Beef

The demand for beef in Japan has been rising steadily each year. Household consumption accounts for about half of total consumption. Processing and commercial demand for beef is rising due to increasing supply and decreasing price of imported beef.[3]

Japan's beef imports in 1990 were valued at $1.88 billion (US), an increase of 14.6% from the previous year. This is a decline in growth compared to previous years (48.8% in 1988, 38.2% in 1989) when imports had grown in response to further expansion of the quotas. Imports of beef offal, which had been used as a beef substitute, fell sharply in 1990 by 29.9% on a value basis to $410.6 million (US).

There is an increasing trend towards chilled over frozen imports. Chilled beef accounted for 35.9% of imports in 1989, up from 27.7% in 1987. Between 1988 and 1989, Japan's imports of chilled beef grew by 68.4%, while frozen imports grew by 25.6%. Japan prefers chilled beef with a longer shelf life as the product can be held off the market until prices are more favourable.

The major suppliers for beef ranked by value are the U.S. and Australia with over 95% market share. Australia has been supplying chilled beef to Japan since 1980 with a shelf life of 70-90 days and has been increasing its proportion of chilled exports to Japan (64.2% chilled exports in 1989). U.S. shipments of chilled beef have a shorter shelf life of 50 to 60 days and in 1989, only 17.2% of U.S. beef exports to Japan were chilled.[3]

As Japan is free from foot-and-mouth disease, it imports from countries that are certified free from the disease. That is why products from beef exporting countries like Brazil and Argentina are excluded from Japan. This emphasizes the importance of maintaining strict health and disease standards to ensure access to Japanese markets.[4]

Canada sold beef and beef offal to Japan worth $19.2 million in 1988. This increased to $31.7 million in 1989 and dropped to $17.2 million in 1990, for a market share of only 0.6%. This decline in Canadian exports occurred while Japan was increasing its beef imports. Canada's main beef item exported to Japan is frozen boneless beef cuts (62.8% of beef exports in 1990). Since 1988, Alberta has accounted for 55% of Canadian exports of this type of beef product to Japan.[2]

The proportion of Canadian exports of chilled beef as a proportion of total beef exports to Japan has been falling (22.1% in 1988, 13.3% in 1989, 1.4% in 1990). Canadian beef exporters have been using air freight in making chilled beef sales to Japan. However, since April 1991 with the 70% tariff on the landed price in Japan, this form of shipment is prohibitively expensive.[4]

The Canada Beef Export Federation is focusing their efforts on the high-end of the foodservice market for penetration of Canadian beef products eg. hotels and restaurants.

3.12 Pork

There has been slow growth in Japan's pork imports recently as the meat market is experiencing the effect of the liberalization of beef imports. In 1990, Japan imported pork valued at $1.67 billion (US), an increase of only 2.3% from the previous year. However an increase in pork imports is expected due to a solid demand for pork from the hotel, restaurant and institutional trade.[5,6] In addition, Japanese pork production is declining (3% in 1990 and 3-4% is expected in 1991).[6]

Traditionally the U.S. and Canada were the main suppliers of pork to Japan. However since the mid 1980's, Taiwan and Denmark have captured almost 70% of the market.[7] The Danish pork industry (which benefits from E.C. export subsidies), has an office in Tokyo. This has enabled them to work closely with Japanese operators to meet their specifications as well as launching aggressive market promotion activities.[6] Taiwan producers have concentrated on upgrading their pork products. Emphasis on purity, quality and precise specifications are necessary to increase market shares in Japan's pork market.[7]

Canada exported pork valued at $139.2 million (26,103 MT) in 1988, increasing exports to $152.0 million (32,504 MT) in 1989, before they declined to $131.8 million (27,827 MT) in 1990 for a market share of 6.8%. Canada's main pork exports to Japan are in the form of frozen cuts (97.4% in 1990). Since 1988, the main province exporting this type of pork is Quebec with 42% of Canadian frozen pork exports to Japan.[2] Due to the increasing trend for chilled pork products, application of extended shelf life technology to Canadian pork exports would improve our competitive position.

Efforts to promote Canadian pork in order to maintain or increase Canada's share in the Japanese market is being coordinated by industry through Canada Pork International.

3.2 FRUIT AND VEGETABLES

Japan's imports of vegetables decreased slightly in value (0.6%), reaching $1.02 billion (US) in 1990. Imports in fresh/chilled vegetables grew 14.3% to $343.6 million (US), while imports in frozen vegetables grew 5.1% to $267.5 million (US).[1]

Canada is relatively uninvolved in Japan's vegetable market with exports valued at only $9.6 million in 1990. Our exports have shown a continuous decline from $15.6 million in 1988. The majority (55.9%) of Canada's vegetable exports to Japan are chilled mushrooms valued at $5.3 million in 1990.[2] The mushroom market in Japan is valued at between $2.3 and $2.5 billion and is expected to grow by 50% by the year 2000. Imports account for about 10% of the market. In 1989 China and South Korea were the major suppliers to Japan, each having a 30% market share by value. Canada's market share was just over 3%.[8] Since 1988, B.C. has been the main supplier of Canadian chilled mushrooms to Japan.[2] Canada's image of wilderness and fresh, natural food is an advantage in the Japanese market. This coupled with the forecasted market growth, point to increased opportunities for Canadian mushroom exports to Japan.[8]

In 1990, Japan's imports of fruit and nuts were down by 6.8% on a value basis to $1.74 billion (US).[1] Japan's imports of temperate fruit include kiwifruit ($122 million US), cherries ($46 million US), grapes ($23 million US), melons ($21 million US). Canada's share in this market is quite minimal, with frozen blueberries being our major fruit export (70.9%). In 1990 we shipped frozen blueberries valued at $2.9 million, the highest value in three years ($2.4 million in 1988, $1.8 million in 1989). Nova Scotia and B.C. are the main exporting provinces, shipping 60.4% and 34.6% respectively in 1990.[2]

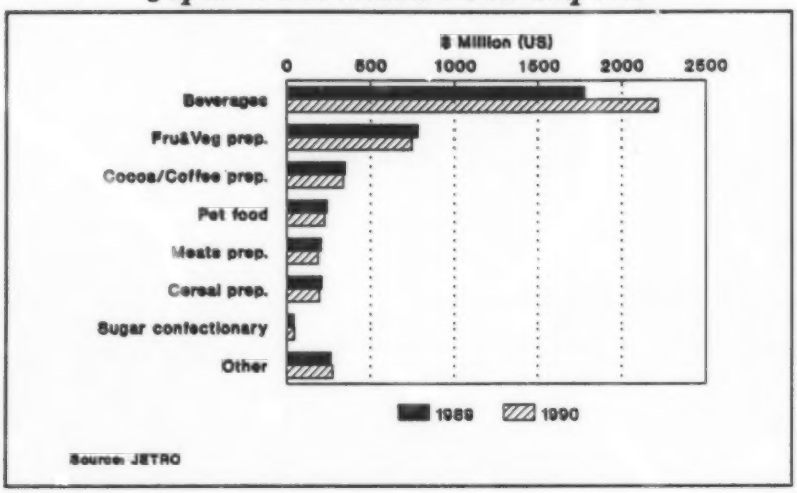
3.3 PROCESSED FOODS AND BEVERAGES

Japan's processed food market is highly competitive and very discriminating in terms of cost, quality and reliability. Higher Japanese incomes, rising affluence, more foreign travel, expansion of fast food chains all contribute to an expanding market with more diversified food import requirements.[9]

The rise of the yen against the dollar that began in 1985, has made imports of processed foods cheaper. This, coupled with the labour shortage in Japan's processing industries has resulted in an increasing reliance on foreign sources of processed foods.[9]

While the growth rate in 1990 was not as high as the double-digit growth of previous years, this category still grew 9.4%, the most among all other product groups to $4.23 billion (US). Beverages accounted for almost half of the total imports of processed food products in 1990.[1] (Figure 5)

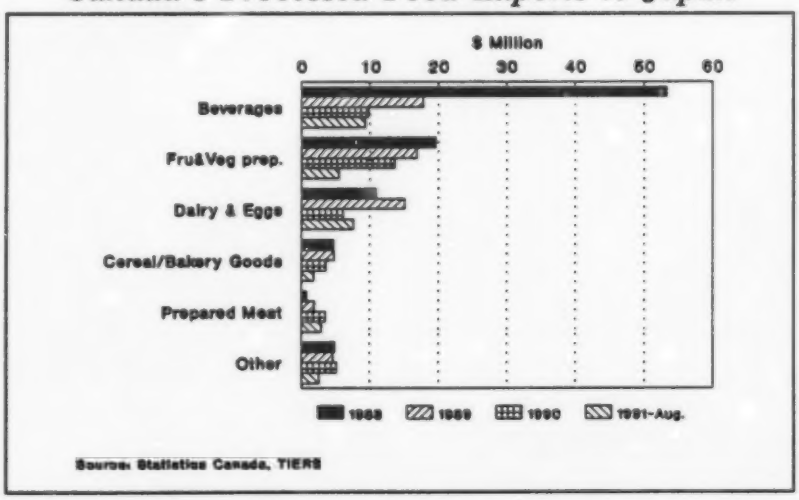
Figure 5
Japan's Processed Food Imports



The major supplier of processed foods to Japan is the European Community with certain countries specializing in highly processed and specialty products of premium quality. Examples are British whisky, French wine products, Dutch dairy products and German prepared meat products.[9] The E.C. enjoys a competitive advantage in relation to many countries due to its extensive system of export subsidies. Canada's processed food exports to Japan fell from $75.9 million in 1988 to $32.6 million in 1990. Figures for the first 8 months of 1991 show some signs of improvement, as they reached $25.4 million.

Since 1988, alcoholic beverages suffered declines, while prepared meat exports are showing continuing growth.[2] (Figure 6)

Figure 6
Canada's Processed Food Exports to Japan



The top two Canadian exports of processed food products in 1990 to Japan were frozen prepared potatoes and whisky. (Table 4)

Table 4
Top 10 Canadian Exports of Processed Foods to Japan (1990)

Products	$
Frozen prepared potatoes	10,604,010
Whiskies	6,203,325
Barker's dough/mixes	3,477,331
Pet food	2,286,422
Chocolate	1,597,778
Maple syrup/sugar	1,578,839
Mineral water (sweetened)	1,502,089
Prepared beef	1,356,218
Sausages	1,325,345
Honey	522,726

Source: Statistics Canada, TIERS

3.31 Alcoholic Beverages

Alcoholic beverages accounted for 38.6% of all Japan's processed food imports in 1990 and were valued at $1.8 billion (US). Imports have been growing due to amendments in Japan's Liquor Tax Law that took effect April 1, 1989.[9] The growth rate was 50.7% in 1989 and 27.2% in 1990. Whisky, which accounts for over 30% of alcoholic beverage imports, grew 67.1% by value in 1989 and 18.3% in 1990 to $567 million (US).

Of the three major types of whisky (scotch, bourbon, rye) Japan imports mainly scotch (produced in the U.K.), however, imports of bourbon, (produced in the U.S.) have been increasing as it gains in popularity among consumers. In 1990, imports of whisky from the U.K. (the major supplier) were valued at $319 million (US) and imports from the U.S. (the second major supplier) were $85 million (US). For both these countries, this represents a doubling compared to 1988 values.[9]

Whisky, Canada's main export of alcoholic beverages decreased in value from $47.6 million in 1988 to $6.2 million in 1990, at a time when Japan's imports were growing. Canada exports primarily rye whisky.[2]

3.32 Juice

Japan's juice imports increased in value by 67.6% in 1990 to $256.0 million (US) in 1990, with orange and apple juice each accounting for about 28% of juice imports. Apple juice imports increased in value by 164.6% in response to market liberalization in April 1990, while orange juice imports increased by 59.6% market in anticipation of liberalization scheduled for April 1992.[1] Canada's juice exports to Japan are minimal ($90,433 in 1990).

The market has been dominated by fruit drinks containing a low percentage of juice, so consumers are not as familiar with pure fruit juice. However, there is now a growing demand by health-conscious Japanese consumers for pure fruit juice. It is expected that consumption will increase at double-digit growth rates in the 1990s. This is supported by the fact that juice consumption, though it has been concentrated in the summer months, is spreading to other months as well.[9] Most juice is still consumed as a refreshment, although there are signs that consumption at breakfast is beginning to grow.[11]

At present, most apple juice is produced using domestically grown apples. This is expected to change because many apple growers in Japan are shifting away from juice apples towards higher value varieties that can be sold fresh. This should result in opportunities for imported apple juice.[11]

3.33 Mineral Water

There has been an increase in demand for bottled mineral water as Japanese consumers are beginning to drink bottled water for a growing concern for their health. "Aqua bars" have become very popular in Japan. Direct delivery to homes and offices is also becoming available. As per capita consumption of bottled water in Japan is less than one litre, compared to 70 litres in France, there is much potential for market expansion.[12,13] Bottled water imports increased from zero in 1980 to $115 million (US) in 1990. France supplies over 80% of imports.[1]

Canada's exports mainly sweetened mineral/aerated waters to Japan (95% from B.C.). In 1990 exports reached a value of $1.5 million, a 13-fold increase from 1988 levels.[2] The Japanese image of Canada as a country with clean air and pure water can be used to advantage in increasing market share.[12]

3.34 Prepared Meats

There is an increasing consumer demand for higher-grade meats. Japanese production of pure pork, bacon and sausage products is increasing, while production of relatively inexpensive products such as pressed ham and mixed meat is declining.

While Japan's imports of prepared meats have increased in recent years, they still account for less than 1% of the total market. Much of the increase has taken place in the sausage category. Except for specialized products, few imported prepared products are found at the retail level.[15] Imports of prepared meats have been growing due to the gradual liberalization of imports that began in October 1988. Imports grew in value 24.6% in 1988 and again in 1989 by 38.2% to $191.0 million (US).

In 1989, prepared meat imports by value were comprised of prepared beef (35.0%), prepared pork (16.6%), sausage (8.9%), prepared pork in airtight containers (8.0%), ham and bacon (2.7%), corned beef (2.6%), prepared beef in airtight containers and others (24.0%). While all products experienced growth, imports of sausage and ham and bacon more than doubled in value between 1987 and 1989. The principal suppliers of prepared meat to Japan in 1989 by share of volume were Australia, the U.S. and Denmark.[14] (Table 5)

Table 5
Principal Suppliers of Selected Prepared Meats to Japan in 1989 by Share of Import Volume

	Main Supplier	Market Share %
Prepared beef	Australia	59.1
	U.S.	35.1
Prepared pork	U.S.	45.4
	Taiwan	7.3
Sausage	U.S.	33.3
	Australia	21.7
Prepared pork (in airtight containers)	Denmark	66.6
	China	20.3
Ham and Bacon	U.S.	28.4
	Denmark	24.8
	Hong Kong	24.6
Corned beef	Brazil	34.0
Prepared beef (in airtight containers)	Australia	44.8
	U.S.	41.1

Source: JETRO

Canada's exports of prepared meats rose from $0.8 million in 1988 to $3.5 million in 1990 making it the highest growth product of all Canadian agri-food exports to Japan. The growth is due mainly from increased exports of prepared beef products and sausages, each accounting for 38% of prepared meat exports to Japan in 1990 (approximately $1.3 million each). Meat extracts and juices and prepared pork and turkey meat made up Canada's other prepared meat exports to Japan. Since 1988 the main province exporting prepared beef products to Japan has been Alberta (66%), while for sausages, it has been Quebec (41%)[2]. (Table 6)

Table 6
Canada's Exports of Prepared Meats to Japan ($)

	1988	1989	1990	mid-1991
Prepared beef	265,473	304,348	1,356,218	1,112,552
Sausages	188,417	259,318	1,325,345	513,762
Meat extracts	0	432,752	431,750	200,000
Prepared pork	19,070	254,492	176,985	0
Prepared turkey	140,933	354,604	175,859	104,796
Ham	119,605	140,633	46,051	10,929
Other	55,981	156,475	5,987	62,842
TOTAL	789,179	1,902,622	3,518,195	2,004,881

Source: Statistics Canada, TIERS

3.35 Frozen Prepared Potatoes

Japan's imports of frozen prepared potatoes (french fries) increased to $125.0 million (US) in 1989, and declined slightly to $122.0 million (US) in 1990. The U.S. is the major supplier with a market share of over 85%.[9]

Frozen prepared potatoes are Canada's largest processed food export to Japan in terms of value. Canadian producers have taken advantage of Japan's increasing demands for imported potatoes to serve the growing foodservice market to make Canada the second largest supplier. Canada exported frozen prepared potatoes valued at $10.7 million in 1988, increasing to $16.3 million in 1989, falling back to $10.6 million in 1990. Canada's market share is just over 10%.[2]

3.36 Cereal Products

Japan's rice policy has indirectly resulted in increasing imports of wheat-based products such as mixing doughs, biscuits, cake mixes and pasta. High rice support prices have resulted in an over-production of rice which the Japanese government has tried to control by encouraging the production of other crops such as wheat by maintaining high prices. As a result this has made imported bakery doughs and mixes very attractive to Japanese bakeries because of their lower prices.[16]

Cake mixes and doughs account for more than half of the total of processed wheat products and has experienced the most growth in imports. In 1989 Japan's imports climbed to 101,875 MT. However imports fell in 1990 to 77,269 MT.[17] Korea is the leading supplier of bakery mixes to Japan (53% market share in 1990 by tonnage) due to highly competitive pricing, ability to provide freshly milled products and their close collaboration with Japanese customers.[18] The U.S. is the second major supplier with a market share of 21%.[17]

Canada's exports of bakers doughs and mixes increased to 6,188 MT in 1989, decreasing to 5,265 MT in 1990. Saskatchewan, B.C. and Alberta were the main provinces exporting in 1988. In the past two years, B.C. has substantially reduced its exports, leaving Alberta and Saskatchewan with 97% of Canadian exports of bakers' dough and mixes to Japan in 1990.[2]

Exporters should be aware that Japanese commercial bakeries prefer to receive imported mixes in 20 or 25 kg bags, in containers. If shipped in bulk, there is a potential for components of the mix to separate, so that when the product is sampled, there is a chance for the flour content to test over 85%, making the product ineligible for import as a bakery mix.[18]

There has been a growth in the demand for pasta in Japan. Japan's imports of macaroni and spaghetti increased from 25.7 MT in 1985 to 43.0 MT in 1989. Italy has been Japan's principal supplier (98% of imports in 1989). As authentic foreign products appeal to Japanese consumers, Italian pasta has an advantage in this market.[17] Canadian pasta exports to Japan are very small, being valued at only $13,570 in 1990.[2]

3.37 Maple Products

Japan's imports of maple products (sugar and syrup) increased from 247 MT in 1988 to 384 MT in 1990. Canada supplies almost all of Japan's imports (95.3% in 1990), with the U.S. supplying the remainder.[17] Canada's exports of maple products to Japan increased from 238 MT in 1988 to 366 MT in 1990. The majority of exports come from Quebec (82% in 1990).[2]

While maple products still represent a niche market, they are increasing in popularity as the number of Japanese tourists visiting Canada continues to grow. Household consumption is estimated at less than 20% of the total supply with the remainder destined for the food processing sector.[19]

3.38 Honey

Honey consumption fell in Japan after peaking at 40,000 tons in 1983. Since 1986, consumption has been rising and in 1989 59,101 tons of honey were consumed. Honey is used commercially in the production of confectionery and soft drinks as well as eaten by consumers. Honey for domestic use accounts for about 60% of total honey consumption, however it is increasingly being used in food processing. Domestic production is expected to remain flat as no major increase in the area of cultivation for honey source plants is forecasted. This factor coupled with the rise in domestic consumption point to opportunities for the imported honey market in Japan. Honey exporters should tailor their product to Japanese tastes which lean towards mild, light-coloured honey.[20]

Japan prefers to import raw, bulk honey and processes it domestically.[21] Japan's imports of honey were valued at $48.53 million (US) in 1989, an increase of 38% from the previous year. Until 1988, Japan's three largest suppliers were China, Argentina and the Soviet Union. In 1989, Canada overtook the Soviet Union as Japan's third largest supplier of honey. China the major supplier, has the advantage of lower prices and geographical proximity. In 1989 China supplied 81% of the market by volume.[20]

Canada's honey exports to Japan increased to $1.8 million in 1989, dropping to $0.5 million in 1990. In 1990, the main exporting provinces were Alberta (65%) and Manitoba (26%). Manitoba had been exporting the majority of Canada's honey to Japan with exports valued at $1.6 million in 1989. However, exports from Manitoba dropped to $0.1 million in 1990.[2] The Manitoba honey industry exports any surplus, raw, bulk honey that has not been processed into retail packages. As their surplus production levels have been falling, exports to Japan have dropped off.[21]

3.39 Pet Food

The pet food market has continued to register double-digit growth since 1983. The share of imports has risen from below 10% in 1983 to 39% in 1990. The growth in imports began accelerating in the mid 1980s when the yen began to appreciate. Another factor contribution to the increase was difficulty that manufacturers had in obtaining sufficient raw materials such as fish, meat and grains from domestic sources.[22]

Japan's imports of pet food have been increasing in response to their current pet boom. Imports increased to $241 million (US) in 1989 an increase of 33.8% from the previous year. In 1990 imports decreased slightly to $225 million (US). The bulk of the imports come from Australia and Thailand, which together account for over 70% of the market.[1,9]

Canada's exports of per food to Japan grew to $2.5 million in 1989, declining slightly to $2.3 million in 1990. Since 1988, Ontario has been the main province exporting to Japan (71% of Canadian pet food exports).[2]

The penetration of the pet food market is only 20% in Japan compared to 80% in the U.S. In addition the proportion of families that have pets is increasing. For these reasons the pet food market is expected to grow in the next few years.[9]

4. FOOD TRENDS AND MARKET OPPORTUNITIES

Vending Machines

Japan has over 5 million vending machines nationwide that dispense food and beverages. Recently frozen beef is available through these machines. A Canadian company (Mr. Crispy's in Toronto) has introduced 360 french fry vending machines throughout Japan which dispense McCain Foods french fries.[6] A U.S. company (Hamilton Meat Co. in San Diego) processes prime chuck steaks as marinated sukiyaki, then vacuum packs and freezes for shipment to Japan.[23] These machines eliminate store rental and labour fees and allow convenient access to consumers. Japanese processors are already looking into the next generation of vending machines, "food robots" that will prepare foods to customer specifications.[24]

Gourmet/Ethnic Trend

The demand for new taste experiences has led to a market for international foods. Both the fast-food and restaurant industries are responding by offering foods beyond hamburgers and fried chicken to include tacos, souvlaki and spicy foods from Southeast Asia.[24] In the retail market several firms have introduced gourmet processed foods, claiming to offer the taste of dishes served by famous restaurants and chefs.[25]

Gift Market

Bonuses are paid semi-annually and it is during these bonus seasons, which coincide with the gift-giving seasons of July and December, that purchases of high-quality foods peak. These foods are presented in specially prepared packages.[9] The gift food market has considerable potential for imported products of high quality.

Direct Marketing

This method of distribution has great potential for the food trade, especially for gift items. It has proven to be successful for food items as diverse as cognac and cat food. The market is expected to expand in Japan as more computerized market segment lists become available.[24]

Convenience Foods

The tradition of daily shopping for meals is fading as Japanese consumers become more time-conscious. Almost 60% of households own a microwave oven and there is an influx of microwave-ready dishes to meet the demand for them.[25] There is also an expanding market for other types of quickly prepared foods such as mixes frozen foods, breakfast cereals, and stir-fry meals.[27]

Health Trend

As the median age of the population rises there is an increasing concern for nutrition and health. In addition to the low fat, low salt and high fibre products, a market has developed for "functional foods", that claim to have an added benefit to health such as reducing cholesterol levels.[24] Soluble fibre-added drinks have been popular for the past two years and a new fibre-fortified beverage has been introduced recently that has a jelly-like consistency[28]. The Japanese government has created a voluntary "Specified Health Food" seal, in anticipation of increasing use of the "health" claim.[29]

Food Safety

Consumers are showing an increasing concern about the safety of the foods they eat. This includes not just the sanitary quality of food but also the potential carcinogenicity of food additives and agricultural chemicals. This has prompted a market for products that are labelled as "natural", "genuine", "no additives" and "hand made"and an increasing preference for organic produce. Canadian exports have an excellent food safety record in Japan. However consumer unions in Japan continue to use the issue of food safety to discourage the consumption of imported foods.[27]

Packaging

As appearance is highly valued, both the product and packaging must be of high quality. By North American standards many Japanese processed foods could be considered over-packaged, but consumers expect the package to reflect the quality of the product.[30] However, with the environmental movement, consumers are beginning to ask for less ornate packaging.[31]

Japanese processors package their products in smaller sizes than their North American counterparts. Consumers prefer smaller packages to cater to the individual tastes of family members. As consumers value freshness and have limited storage space, they prefer not to have leftover packaged foods.[29]

Demographics

In 1990, Japan's birth rate declined to 1.57, the lowest in Japanese history. As a result, the food industry will be targeting the 20-35 year old and those over age 55. Canadian exporters will have to consider these segments when developing strategies for the Japanese market. Demands for healthy/trendy products from these two age groups point to opportunities for Canadian value-added products such as french fries, microwaveable foods, mineral water and game meat.[26]

5. THE CHALLENGE FOR CANADIAN EXPORTERS

Japan, our second largest market after the U.S., and the world's largest net importer of agri-food products has been shifting the composition of its imports. Japan's processed food imports have been increasing at the same time that Canada's share in this market has been shrinking.

The purpose of this report is to highlight value-added trade opportunities and to flag declining Canadian exports. This report is one element of the department's initiative to support industry's strategies for penetrating the Japanese market.

Federal government departments have developed a process called Agri-food Industry Market Strategies, or AIMS to encourage industry to develop effective market strategies to increase their competitiveness. The government's role is to facilitate access to markets in partnership with industry.

6. CONTACTS

AGRICULTURE CANADA

- *Joan Anderson/Murray Gwyer*
International Programs Directorate
C.D. Howe Building, 1G West
240 Sparks Street
Ottawa, Ont.
K1A 0C5
Tel: (613) 993-6671
Fax: (613) 995-0949

EXTERNAL AFFAIRS AND INTERNATIONAL TRADE CANADA

- *Greg Bates*
External Affairs and International Trade Canada
Japan Trade Development Division (PNJ)
125 Sussex Drive
Ottawa, Ont.
K1A 0G2
Tel: (613) 995-8985
Fax: (613) 943-8286

CANADIAN EMBASSY-JAPAN

- *Ezio Di Emanuele*
Canadian Embassy
3-38 Akasaka 7-Chome
Minato-ku
Tokyo 107, Japan
Tel: 81-3 3408-2101
Fax: 81-3 3470-7280

OTHER EXPORT MARKET ASSESSMENT REPORTS AVAILABLE FROM AGRICULTURE CANADA:

Mexixo, Japan, Korea

7. REFERENCES

1. Japan External Trade Organization, "Japan's Food Imports in 1990", *AG-41*, 1991
2. Statistics Canada, TIERS database
3. Japan External Trade Organization, "Beef", *AGSMS 28*, 1991
4. Canada Beef Export Federation, "Opportunities and Constraints for Canadian Beef Exports to Japan", 1991
5. Japan External Trade Organization, "Pork", *AGSMS 29*, 1991
6. Ezio DiEmanuele, Counsellor (Agriculture, Fisheries, Consumer Products) Canadian Embassy, Tokyo, Japan
7. Hay, K.J. and V. Fiander, "Expanding Markets, Diminishing Shares?", Canada Japan Trade Council, 1989
8. Department of External Affairs, "Export Opportunities in Japan, The Mushroom Market", 1990
9. Japan External Trade Organization, "The Processed Foods Market in Japan", *AG 38*, 1990
10. I.P. Sharp Inc.
11. Anon., "Liberalization Spurs Popularization of Pure Fruit Juice", *Tradescope*, July, 1990
12. Department of External Affairs, "Export Opportunities in Japan, The Bottled Water Market", 1989
13. Anon., "Rediscovering the Value of Water", *Focus Japan*, September, 1990
14. Japan External Trade Organization, "Meat Products" *AGSMS 50*, 1991
15. Department of External Affairs, "Export Opportunities in Japan, The Processed Meat Market", 1989
16. Parker, J.V., "Japan's Imports of Processed Wheat Products Still Going Strong", *AgExporter*, Sept. 1990
17. Japan External Trade Organization, Agriculture & Fisheries Department, Toronto Office
18. Department of External Affairs, "Export Opportunities in Japan, The Bakery Mix Market", 1990
19. Ontario Ministry of Agriculture & Food, Toyo Japan, "Market Update" September 1991
20. Japan External Trade Organization, "Honey" *AGSMS 39*, 1991
21. Winters T., Manitoba Regional Office, Agriculture Canada
22. Anon., "Pet Food Imports Grow as Market Exports", *Tradescope*, December 1991
23. Bowers, P., "Anytime Beef Machine", *Meat Processing*, March 1991
24. Brabant, L.E. and J. Szczepanski, "Changing Japanese Society Influences Food Trends, Consumption", *AgExporter*, April 1991
25. Anon., "The Future of Processed Food", *Tradescope*, November 1990
26. Japan External Trade Organization, Food Products of Microwave Oven, *Report No. 36*, March 1990
27. Ezio DiEmanuele, Canadian Embassy, Tokyo, Japan, Telex UITD 5738, March 22, 1991
28. Anon., "Consumers concerned about Food Safety", *Tradescope*, April 1991
29. U.S. Agriculture Trade Office, Tokyo, Japan Post Report 6, 1991
30. Brabant, P., "Study Japan's Processing, Retail Sectors", *Tradescope*, April, 1991
31. Anon., "Is Japan's Wrap Love Affair Over?" *Focus Japan*, March 1991

8. APPENDICES

Canadian Agri-Food Exports to Japan

	1988	1989	1990	1991-Aug.
	$000			
BULK	1,001,421	1,062,516	1,097,308	657,156
INTERMEDIATE	219,473	250,499	269,581	172,812
CONSUMER-ORIENTED	286,706	283,334	217,738	124,274
Red Meat & Poultry	180,242	204,809	165,479	85,828
Fruit & Vegetables	19,610	16,898	13,605	5,449
Dairy	10,953	15,043	6,036	7,569
Processed Foods	75,901	46,584	32,618	25,428
- Prepared meat	789	1,903	3,518	2,929
- Prepared Veg/Fruit/Nut	12,146	17,570	11,215	8,864
- Cereal/Bakery Goods	4,712	4,773	3,599	1,797
- Beverages	53,364	17,775	9,798	9,323
- Other	4,890	4,563	5,088	2,515
Total	1,507,600	1,596,348	1,584,627	954,242

Source: Statistics Canada, TIERS

Selected Japanese Food Imports 1990

	1990	Change from 1989
BULK	**$'000 (US)**	
Grains (bulk)	4,048,578	-5.8%
Oilseeds	2,033,027	-8.8%
Coffee/Cocoa (raw)	594,979	-29.3%
Raw Sugar	517,905	0.4%
Sub-total	7,194,489	
INTERMEDIATE		
Live Animals	59,311	-12%
Animal Fodder	1,086,188	5.2%
Fats & Oils	424,789	-1.7%
Milling Products	413,237	14.2%
Sowing Seeds	113,118	8.2%
Coffee/Cocoa/Tea/Spices	296,966	4.0%
Meat Casings	58,654	-13.9%
Sugars	120,838	n/a
Hop Cones	44,136	-6.9%
Sub-total	2,617,237	
CONSUMER-ORIENTED		
Meat & Offals	4,823,325	2.8%
Vegetables	1,021,494	-0.6%
Fruit & Nuts	1,739317	-6.8%
Dairy & Egg	567,111	-3.7%
Processed	**4,229,126**	
Sub-total	12,380,373	
TOTAL	22,192,099	

Source: JETRO

PROCESSED	**$'000 (US)**	**Change from 1989**
Beverages	2,214,683	24.7%
Prepared Veg/Fru/Nut	747,848	-4.6%
Cocoa/Coffee Prep.	337,044	-3.5%
Pet Food	224,894	-6.7%
Prepared meat	187,509	-8.9%
Cereal Prep.	195,954	-5.0%
Sugar confectionary	46,578	13.7%
Other	274,616	4.3%
TOTAL	4,229,126	

Source:JETRO

International Programs Directorate
Agri-food Development Branch

Direction des programmes internationaux
Direction générale du développement agro-alimentaire

Agriculture
Canada

Canada

JAPON

ANALYSE DU COMMERCE DES PRODUITS ALIMENTAIRES

mars 1992

Direction des programmes internationaux
Agriculture Canada

JAPON

ANALYSE DU COMMERCE DES PRODUITS ALIMENTAIRES
MARS 1992

Objectif

Le présent rapport complète le rapport d'évaluation du marché d'exportation agro-alimentaire sur le Japon avec l'information sur les marchés et une évaluation des débouchés des produits alimentaires à l'exportation.

Auteur

Joan Anderson
Bureau d'évaluation des marchés

Comité de révision

Merritt Cluff
Jim Lohoar
Gordon Richardson
André Saulnier

Analyses commerciales

Bruce Radburn, Marc Gervais
Bureau d'évaluation des marchés

Coordonateur

Paul-Arthur Huot
Division des services à la commercialisation internationale

Diffusion :
Agriculture Canada
Édifice C.D. Howe, 240, rue Sparks
Ottawa (Ontario) K1A OC5
Téléphone : (613) 993-6671
Télécopieur : (613) 995-0949
Available in English

Agriculture Canada 1992

L'auteur désire reconnaître la contribution de Monsieur Ezio DiEmanuele, Conseiller, Embassade du Canada au Japon.

JAPON

Analyse du commerce des produits alimentaires

TABLE DES MATIÈRES :

1. ANALYSE DU COMMERCE AGRO-ALIMENTAIRE 1

2. APERÇU GÉNÉRAL 2

2.1 Les importations agro-alimentaires du Japon 2
2.2 Les fournisseurs du Japon 4
2.3 Le commerce entre le Canada et le Japon 5

3. LE COMMERCE DES ALIMENTS DE CONSOMMATION 7

3.1 VIANDE 7

3.11 Boeuf 7
3.12 Porc 8

3.2 FRUITS ET LÉGUMES 9

3.3 ALIMENTS TRANSFORMÉS ET BOISSONS 10

3.31 Boissons alcoolisées 12
3.32 Jus 12
3.33 Eau minérale 13
3.34 Viandes préparées 13
3.35 Pommes de terre préparées surgelées 15
3.36 Produits céréaliers 15
3.37 Produits de l'érable 16
3.38 Miel 16
3.39 Aliments pour animaux familiers 17

4. TENDANCES DE L'ALIMENTATION ET POSSIBILITÉS DE MARCHÉ 18

5. LE DÉFI À RELEVER PAR LES EXPORTATEURS CANADIENS 20

6. PERSONNES-RESSOURCES 21

7. RÉFÉRENCES 22

8. ANNEXES 23

1. ANALYSE DU COMMERCE AGRO-ALIMENTAIRE

Le présent rapport examine les statistiques sur le commerce agro-alimentaire du Japon et présente une "image instantanée" de la situation actuelle et de la tenue du Canada par rapport au reste du monde. L'auteur analyse les facteurs qui expliquent cette image pour faire ressortir les débouchés qui pourraient s'ouvrir au secteur agro-alimentaire canadien.

Pour expliquer la situation courante, les produits sont divisés, dans cette analyse, en trois grandes catégories qui diffèrent principalement par le degré de transformation :

Produits en vrac :	Produits bruts en vrac, non transformés p. ex., céréales et oléagineux
Produits intermédiaires :	Produits bruts en vrac ayant subi un premier traitement p. ex., farine, cuirs et peaux
Produits de consommation :	Produits de consommation à forte valeur ajoutée p. ex., produits transformés, coupes de viande

Il est souhaitable que la proportion de produits transformés dans les échanges commerciaux augmente, car la transformation ajoute de la valeur aux produits bruts et intensifie l'activité économique du pays où elle a lieu. Actuellement, la majorité des exportations de produits agro-alimentaires du Canada vers le Japon et le reste du monde tombe dans la catégorie des produits en vrac.

Pour mettre en évidence les débouchés qui s'offrent aux exportations à forte valeur ajoutée vers le Japon, l'auteur insiste particulièrement sur la catégorie des produits de consommation.

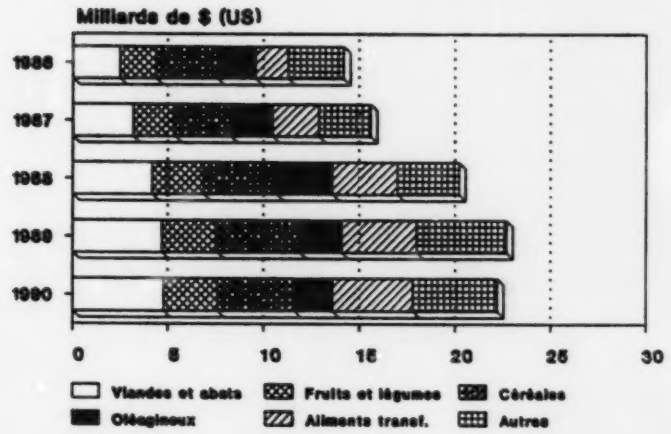
2. APERÇU GÉNÉRAL

2.1 Les importations agro-alimentaires du Japon

Avec l'achat de 22,2 milliards de dollars (US) sur le marché international en 1990, le Japon se classe comme le plus grand importateur net de produits agro-alimentaires. Après avoir enregistré des taux de croissance d'au moins 10 p. cent, la valeur marchande des importations du Japon a fléchi légèrement (1,6 %) en 1990 comparativement à 1989.

La composition des importations agro-alimentaires du Japon a changé de façon spectaculaire ces dernières années. Traditionnellement, les importations de produits en vrac, comme les céréales et les oléagineux, représentaient une forte proportion des aliments importés par ce pays. Bien que ces importations soient demeurées relativement stables les dernières années, celles des produits de consommation, de grande valeur, comme la viande, les fruits et légumes, et les aliments transformés ont progressé. (Figure 1)

Figure 1
Tendances des importations agro-alimentaires du Japon

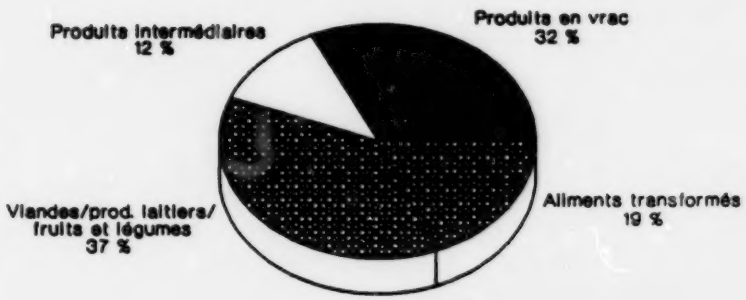


Source: OJCE

L'augmentation des importations totales de produits de consommation est attribuable à des hausses des quantités de viande et d'aliments transformés. Les importations de viandes et d'abats ont progressé régulièrement, passant de 2,47 milliards de dollars (US), en 1986, à 4,82 milliards de dollars (US) en 1990. Ce sont les aliments transformés qui ont connu le plus fort taux de croissance de tous les groupes de produits, allant de 1,72 milliard de dollars (US), en 1986, à 4,23 milliards de dollars en 1990, soit 19 % des importations totales.

En 1990, le Japon a acheté, en valeur, 32 % de produits de la catégorie en vrac, 12 % de produits intermédiaires et le reste de 56 %, dans la catégorie des produits de consommation (Figure 2). La ventilation de ces chiffres par produit paraît dans les annexes.

Figure 2
Importations agro-alimentaires du Japon (1990)



Source: CJCE

En 1990, les dix premiers produits de la liste des importations du Japon représentaient, en valeur, presque la moitié du total des importations. Les cinq premiers n'ont pas changé de place par rapport à l'année antérieure, le maïs se classant en tête. Le colza, dont le Canada est pratiquement l'unique pourvoyeur, arrivait 7e, en valeur marchande en 1990. Ce sont les importations de whisky qui ont connu le plus grand changement, progressant de la 12e à la 6e place en un an. (Tableau 1)

Tableau 1
Les dix premiers produits agro-alimentaire importés par le Japon (1990)

Place en 1989		Valeur (millions de dollars US)	Principal pourvoyeur	Canada %
1	Maïs	2 263 904	États-Unis	0,00
2	Bœuf	1 884 926	États-Unis	0,47
3	Porc	1 670 069	Danemark	7,07
4	Soja	1 258 523	États-Unis	1,19
5	Blé	1 006 263	États-Unis	28,53
12	Whisky	566 960	Royaume-Uni	2,12
10	Colza	557 370	Canada	99,10
11	Volaille	553 382	Royaume-Uni	0,18
6	Graines de café	521 986	Colombie	S/O
9	Sucre brut	515 669	Australie	S/O
	TOTAL	10 799 852	Représente 49,2 % des importations	
Source: OJCE, Reuters				

2.2 Les fournisseurs du Japon

Les États-Unis demeurent le plus grand fournisseur de produits agro-alimentaires du Japon et détenaient 31,4 % du marché en 1990. La Chine se classe au second rang pour une deuxième année d'affilée, sa part s'établissant à 6,8 %. Taïwan, avec 6,6 % du marché, est passé de la cinquième place en 1989 à la troisième place grâce à la reprise de sa position sur le marché du porc. Le Canada a reculé légèrement pour occuper la quatrième place avec 6,4 % du marché.

La nature dynamique du marché japonais se traduit par la proportion relativement élevée des importations "d'autres" pays. (Tableau 2)

Tableau 2
Importations de produits agro-alimentaires selon la source

Fournisseur	États- Unis	Chine	Taïwan	Canada	Australie	Thaïlande	Corée	France	Autres
1989 %	31,5	6,9	6,4	6,5	6,5	4,3	5,3	2,1	30,5
1990 %	31,4	6,8	6,6	6,4	6,2	4,7	4,6	2,9	30,4
Source: OJCE									

2.3 Le commerce entre le Canada et le Japon

Pour la première fois depuis dix ans, les exportations totales du Canada vers le Japon ont reculé de 8,8 milliards[1] de dollars en 1989 à 8,2 milliards de dollars en 1990, mais sont encore élevées par rapport aux 4,6 milliards de dollars en 1982. Les importations du Japon ont suivi le même type de courbe, mais sont demeurées stables à 9,5 milliards de dollars en 1990, engendrant ainsi un déficit commercial de 1,3 milliards de dollars.

Les exportations de produits agro-alimentaires du Canada vers le Japon sont passées à 1,60 milliard de dollars en 1989 puis ont reculé légèrement à 1,58 milliard de dollars en 1990. Le Japon, qui représente notre plus grand marché d'exportation après celui des États-Unis, a absorbé 12,6 % de toutes les exportations agro-alimentaires canadiennes en 1990. La valeur marchande des produits agro-alimentaires importés du Japon par le Canada a fléchi pour la troisième année de suite, pour s'établir à 40,5 millions de dollars en 1990, laissant ainsi l'excédent commercial à 1,54 milliard de dollars.

La majorité des exportations du Canada vers le Japon est constituée de produits agro-alimentaires en vrac, notamment de céréales et d'oléagineux qui, ensemble, représentaient 74 % de nos exportations en 1990. En valeur marchande, les exportations totales de produits en vrac et intermédiaires ont augmenté par rapport aux trois dernières années, alors que les exportations de produits de consommation, à valeur élevée, ont fléchi. En 1990, la composition de nos exportations vers le Japon, en valeur marchande, se lisait comme suit : 69 % de produits en vrac, 17 % de produits intermédiaires et 14 % de produits de consommation. (Une ventilation par produit paraît dans les annexes)

Les exportations de produits en vrac sont passées de 1,00 milliard de dollars en 1988 à 1,10 milliard de dollars en 1990. À l'intérieur de cette catégorie, les exportations de céréales ont augmenté de 406,5 millions de dollars en 1988 à 466,0 millions de dollars en 1989. En raison du fléchissement des prix mondiaux des céréales, la valeur de nos exportations vers le Japon a reculé à 453,3 millions de dollars en 1990, malgré une légère augmentation des quantités livrées par rapport à l'année antérieure. Nos exportations d'oléagineux, de canola en majeure partie (93 % en 1990), ont progressé de 593,3 millions de dollars en 1988 à 643,5 millions de dollars en 1990. Le Canada a été le principal pourvoyeur de canola au Japon en 1990, s'attribuant 99 % du marché. Le secteur des oléagineux du Canada devient de plus en plus tributaire du marché d'exportation du Japon (71 % vers le milieu de 1991).

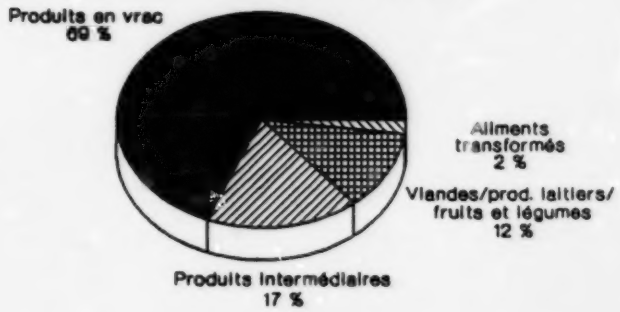
Les exportations de produits intermédiaires vers le Japon ont augmenté de 219,4 millions de dollars en 1988 à 269,6 millions de dollars en 1990. En 1990, les principaux produits de la catégorie ont été les céréales semi-transformées (27,0 %), les cuirs et les peaux bruts (17,4 %) et les fourrages (15,5 %).

---

[1]Les devises sont en dollars canadiens, à moins d'indication contraire.

Les exportations vers le Japon de produits de consommation ont chuté de 23,2 % en valeur marchande, pour s'établir à 217,7 millions de dollars en 1990. La majeure partie de cette baisse était attribuable aux réductions des exportations de produits alimentaires transformés, qui ont fléchi de 75,9 millions de dollars en 1988 à 32,6 millions de dollars en 1990. Une bonne partie de cette baisse a été l'effet d'une diminution radicale des exportations de whisky. Cette diminution est survenue alors que le Japon a augmenté ses importations de viande et d'aliments transformés. (Figure 3)

Figure 3
Exportations agro-alimentaires du Canada au Japon (1990)



Source: BEM/Statistique Canada, SREIC

En valeur, les cinq principaux produits exportés par le Canada au Japon représentaient 76,2 % de nos échanges avec ce pays. Le rang de ces produits n'a pas changé par rapport à 1989 alors qu'ils constituaient 75 % du commerce global de produits agro-alimentaires avec le Japon. À l'exception des coupes de porc surgelés, tous les produits tombaient dans la catégorie en vrac ou intermédiaire. (Tableau 3)

Tableau 3
Les cinq principaux produits agro-alimentaires canadiens exportés vers le Japon (1990)

Produits	Valeur (milliers de dollars)	% des échanges
Canola	596 897	37,7
Blé	293 632	18,5
Morceaux de porc surgelés	128 322	8,1
Orge	117 770	7,4
Malt non torréfié	71 136	4,5
TOTAL	1 207 757	76,2

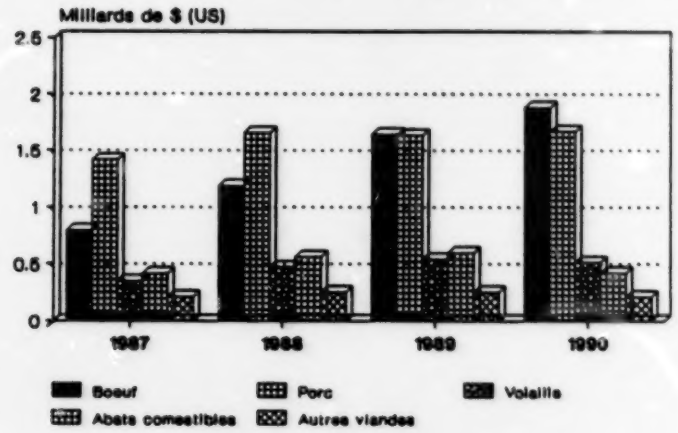
Source: Statistique Canada, SRE

3. LE COMMERCE DES ALIMENTS DE CONSOMMATION

3.1 VIANDE

Après avoir enregistré des taux de croissance d'au moins 10 % en 1988 et 1989, les importations de viandes et d'abats par le Japon ont ralenti à 2,8 % en 1990, avec une valeur marchande de 4,82 milliards de dollars (US). La majorité des importations du Japon est constituée de viande de boeuf et de porc (40,1 % et 35,5 % respectivement en 1990).[1] (Figure 4)

Figure 4
Importations de viande par le Japon



Source: LP. Sharp

Les exportations de viande et d'abats par le Canada sont passées à 204,8 millions de dollars en 1989, mais ont reculé à 165,5 millions de dollars en 1990. La majorité était constituée de porc (79,6 %) et de boeuf (10,4 %.)[2]

3.11 Boeuf

La demande de boeuf par le Japon s'est raffermie régulièrement chaque année. La consommation par les ménages représente environ la moitié de la consommation totale. La demande par la transformation et le commerce progresse en raison d'une augmentation de l'offre et du fléchissement graduel des prix du boeuf importé.[3]

En 1990, les importations de boeuf par le Japon se sont chiffrées à 1,88 milliard de dollars (US), en hausse de 14,6 % par rapport à l'année antérieure. Ces chiffres marquent un recul par rapport aux années précédentes (48,8 % en 1988 et 38,2 % en 1989), alors que les importations avaient progressé sous l'effet d'une augmentation des contingents. En 1990, les importations d'abats de boeuf, utilisés comme produit de remplacement de la viande bovine, ont brusquement reculé de 29,9 % en valeur marchande pour s'établir à 410,6 millions de dollars (US).

La tendance générale montre une progression des produits réfrigérés par rapport aux surgelés. La viande bovine réfrigérée représentait 35,9 % des importations en 1989, en hausse de 27,7 % par rapport à 1987. Entre 1988 et 1989, les importations par le Japon de viande bovine réfrigérée ont augmenté de 68,4 %, contre seulement 25,6 % pour la viande bovine surgelée. Le Japon préfère la viande réfrigérée, de longue durée de conservation, car sa vente peut être retardée jusqu'à ce que les prix soient plus avantageux.

Les principaux pourvoyeurs de viande bovine, en valeur marchande, sont les États-Unis et l'Australie qui s'accaparent plus de 95 % du marché. Depuis 1980, le Japon achète de l'Australie de la viande bovine réfrigérée dont la durée de conservation est de 70-90 jours, dans des proportions grandissantes (64,2 % des exportations de viande réfrigérée en 1989). La viande bovine réfrigérée des États-Unis ayant une plus courte durée de conservation (50 à 60 jours), seulement 17,2 % des exportations de viande bovine de ce pays se trouvaient sous cette forme en 1989.[3]

Le Japon étant indemne de fièvre aphteuse, il n'importe que de pays certifiés indemnes de la maladie. C'est la raison pour laquelle des pays exportateurs de viande bovine comme le Brésil et l'Argentine sont exclus du commerce avec le Japon. Ce fait souligne l'importance de l'application de normes sanitaires et vétérinaires strictes pour conserver l'accès aux marchés japonais.[4]

En 1988, le Canada a vendu pour 19,2 millions de dollars de viande et d'abats de bovins au Japon. Ces ventes sont passées à 31,7 millions de dollars en 1989 avant de reculer à 17,2 millions de dollars en 1990, pour occuper ainsi seulement 0,6 % du marché. Ce recul des exportations canadiennes s'est produit alors que le Japon intensifiait ses importations de viande bovine. Le Canada exporte principalement vers le Japon des coupes de viande bovine désossée et surgelée (62,8 % des exportations de viande bovine en 1990). Depuis 1988, l'Alberta fournit 55 % de ces produits bovins exportés du Canada vers le Japon.[2]

La proportion des exportations canadiennes de viande bovine réfrigérée par rapport aux exportations totales de viande bovine vers le Japon a baissé continuellement (22,1 % en 1988, 13,3 % en 1989, 1,4 % en 1990). Les exportateurs canadiens ont utilisé le fret aérien pour livrer la viande bovine réfrigérée au Japon. Cependant, depuis avril 1991, avec le droit tarifaire de 70 % sur le prix à l'importation, le coût de cette forme d'expédition est prohibitif.[4]

La *Canada Beef Export Federation* s'attache à introduire les produits bovins canadiens sur le marché de la restauration haut de gamme, par exemple les hôtels et les restaurants.

3.12 Porc

Les importations de porc par le Japon ont ralenti récemment, le marché de la viande subissant le contrecoup de la libéralisation de l'importation de la viande bovine. En 1990, Le Japon n'avait importé que pour 1,67 milliard de dollars (US), soit une hausse de seulement 2,3 % par rapport à l'année antérieure. Cependant, on s'attend à une augmentation des importations en raison de la fermeté de la demande de porc par les hôtels, les restaurants et les collectivités.[5,6] Par ailleurs, la production porcine décline au Japon (3 % en 1990 et une possibilité de 3-4 % en 1991).[6]

Les États-Unis et le Canada sont traditionnellement les principaux pourvoyeurs de porc au Japon. Cependant, depuis le milieu des années 1980, Taïwan et le Danemark se sont appropriés près de 70 % du marché.[7] L'industrie du porc du Danemark (qui profite de subventions à l'exportation de la CE), possède un bureau à Tokyo, qui lui a permis de travailler étroitement avec les opérateurs japonais pour satisfaire à leurs demandes et aussi d'orchestrer très dynamiquement des campagnes de promotion.[6] Les producteurs de Taïwan se sont concentrés sur la valorisation de leurs produits porcins. Nous devons mettre l'accent sur la pureté, la qualité et la satisfaction d'exigences particulières pour élargir notre part du marché japonais du porc.[7]

Les exportations de porc par le Canada, qui s'établissaient à 139,2 millions de dollars (26 103 t) en 1988, ont progressé à 152,0 millions de dollars (32 504 t) en 1989, avant de reculer à 131,8 millions de dollars (27 827 t) en 1990, pour occuper ainsi 6,8 % du marché. Les principales formes de viande porcine exportées du Canada vers le Japon sont les coupes surgelées (97,4 % en 1990). Depuis 1988, la principale province qui exporte ce type de viande de porc est le Québec, qui alimente 42 % des exportations de viande porcine surgelée du Canada au Japon.[2] En raison de la faveur grandissante dont jouit la viande porcine réfrigérée, le prolongement de la durée de conservation de la viande porcine réfrigérée du Canada, par l'application de la technologie appropriée, renforcerait notre position dans la concurrence.

Par le canal de Porc Canada, le secteur coordonne la promotion du porc canadien afin de conserver ou d'élargir sa part du marché japonais.

3.2 FRUITS ET LÉGUMES

La valeur marchande des légumes importés par le Japon a diminué légèrement (0,6 %), atteignant 1,02 milliard de dollars (US) en 1990. Les importations de légumes frais et réfrigérés ont progressé de 14,3 %, pour s'établir à 343,6 millions de dollars (US) alors que, pour les légumes surgelés, elles se raffermissaient de 5,1 %, à 267,5 millions de dollars (US).[1]

Le Canada est pratiquement absent du marché des légumes du Japon, avec des exportations d'une valeur marchande de seulement 9,6 millions de dollars en 1990. Nos exportations ont décliné régulièrement des 15,6 millions de dollars qu'elles atteignaient en 1988.

En majeure partie (55,9 %), les légumes exportés du Canada au Japon sont des champignons réfrigérés qui ont atteint 5,3 millions de dollars en 1990.[2] Le marché du champignon au Japon est évalué à 2,3-2,5 milliards de dollars et devrait grossir de 50 %, à l'horizon 2000. Les importations alimentent environ 10 % de ce marché. En 1989, la Chine et la Corée du Sud étaient les principaux fournisseurs du Japon, détenant chacune 30 % du marché, en valeur. La part du Canada s'établissait à tout juste un peu plus de 3 %.[8] Depuis 1988, la Colombie-Britannique a été le principal vendeur de champignon réfrigéré du Canada au Japon.[2] L'image de terre d'aliments naturels, sauvages et frais, que projette le Canada est un avantage sur le marché du Japon. Ce fait associé à la perspective d'une croissance positive de ce marché laisse croire à une augmentation des débouchés s'offrant aux champignons canadiens.[8]

En 1990, les importations de fruits et de noix par le Japon, à 1,74 milliard de dollars (US), étaient en baisse de 6,8 %, en valeur marchande.[1] Les fruits de régions tempérées importés par

le Japon comprennent le kiwi (122 000 000 $ US), les cerises (46 000 000 $ US), les raisins (23 000 000 $ US) et les melons (21 000 000 $ US). La part de ce marché détenue par le Canada est assez faible, les bleuets surgelés en occupant la principale proportion (70,9 %). En 1990, nous avons vendu 2,9 millions de dollars de bleuets surgelés, soit la plus forte valeur en trois ans (2,4 millions de dollars en 1988, 1,8 million de dollars en 1989). La Nouvelle-Écosse et la Colombie-Britannique sont les principales provinces exportatrices, avec 60,4 % et 34,6 % respectivement en 1990.[2]

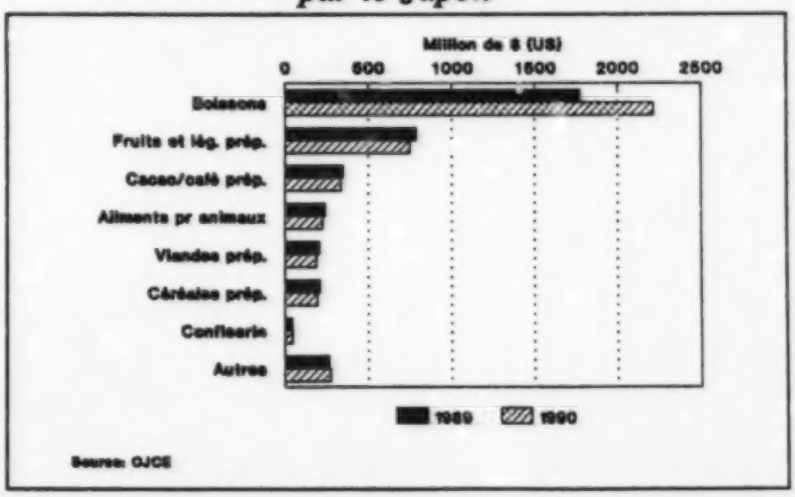
3.3 ALIMENTS TRANSFORMÉS ET BOISSONS

Le marché des aliments transformés du Japon est fortement compétitif et très averti en matière de coûts, de qualité et de fiabilité. L'augmentation des revenus et de la richesse des Japonais, l'intensification des voyages à l'étranger, l'expansion des chaînes de restauration rapide, ont toutes contribué à l'élargissement du marché et à la diversification des exigences concernant l'importation.[9]

L'appréciation du yen par rapport au dollar, entamée en 1985, a rendu moins coûteuses les importations de produits alimentaires transformés. Ce fait, associé au manque de main-d'oeuvre des industries de transformation du Japon, a porté ces derniers à compter davantage sur les sources étrangères d'aliments transformés.[9]

Bien qu'en 1990 le taux de croissance n'ait pas été d'au moins 10 % comme les années antérieures, le taux enregistré dans cette catégorie a quand même atteint 9,4 %, soit une valeur marchande de 4,23 milliards de dollars (US), la plus élevée de tous les groupes de produits. Les boissons représentaient pratiquement la moitié des importations totales de produits alimentaires transformés en 1990.[1] (Figure 5)

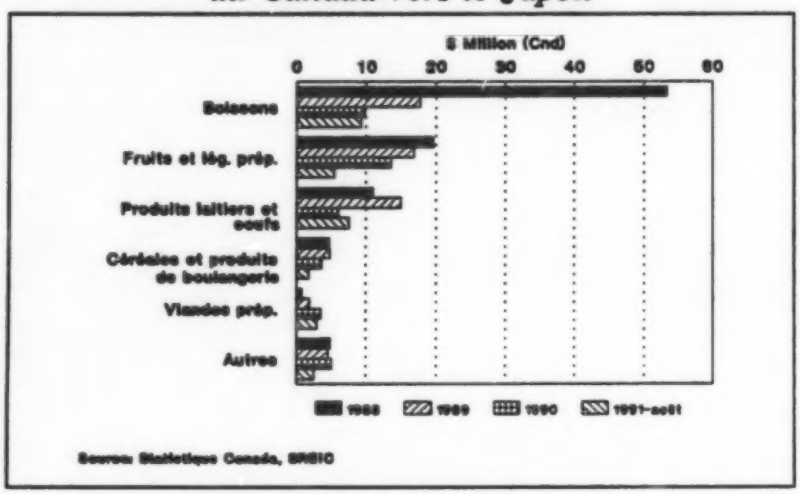
Figure 5
Importations de produits alimentaires transformés par le Japon



La Communauté européenne est le principal pourvoyeur de produits alimentaires transformés au Japon, certains pays se spécialisant dans des produits de spécialité, fortement transformés et de première qualité. À titre d'exemple, on peut citer le whisky britannique, les vins français, les produits laitiers néerlandais et les produits carnés préparés de l'Allemagne.[9] La CE jouit d'un avantage compétitif par rapport à de nombreux pays grâce à son vaste système de subventions à l'exportation.

Les exportations d'aliments transformés du Canada vers le Japon ont reculé de 75,9 millions de dollars en 1988 à 32,6 millions de dollars en 1990. Les chiffres des 8 premiers mois de 1991 montrent certains signes d'amélioration, les exportations ayant atteint 25,4 millions de dollars. Depuis 1988, les quantités de boissons alcoolisées ont diminué alors que les exportations de viandes préparées ont connu une progression constante[2] (Figure 6)

Figure 6
Exportations de produits agro-alimentaires du Canada vers le Japon



En 1990, les deux principaux produits transformés exportés par le Canada vers le Japon ont été les pommes de terre préparées surgelées et le whisky. (Tableau 4)

Tableau 4
Les 10 principaux produits alimentaires transformés exportés du Canada vers le Japon (1990)

Produits	$
Pommes de terre préparées surgelées	10 604 010
Whisky	6 203 325
Pâtes et mélanges à pâtes de boulangerie	3 477 331
Aliments pour animaux familiers	2 286 422
Chocolat	1 597 778
Sirop et sucre d'érable	1 578 839
Eau minérale (édulcorée)	1 502 089
Bœuf préparé	1 356 218
Saucisses	1 325 345
Miel	522 726

Source: Statistique Canada, SREIC

3.31 Boissons alcoolisées

Les boissons alcoolisées, avec une valeur marchande de 1,8 milliard de dollars (US), représentaient 38,6 % de tous les aliments transformés importés par le Japon en 1990. Les importations ont augmenté en raison des modifications apportées à la loi japonaise sur les taxes appliquables aux spiritueux, qui est entrée en vigueur le 1er avril 1989.[9] Le taux de croissance, à 50,7 % en 1989, est tombé à 27,2 % en 1990. La valeur marchande des importations de whisky, qui représente plus de 30 % du total des boissons alcoolisées, a progressé de 67,1 % en 1989 et de 18,3 % en 1990 pour s'établir à 567 millions de dollars (US).

Des trois principaux types de whisky (scotch, bourbon, rye), le Japon importe principalement du scotch (produit au Royaume-Uni); cependant, les importations de bourbon (produit aux États-Unis) ont progressé régulièrement, car il gagne en popularité chez les consommateurs. En 1990, les importations de whisky du Royaume-Uni (le principal fournisseur) atteignaient 319 millions de dollars (US) alors que les importations des États-Unis (le deuxième fournisseur) s'établissaient à 85 millions de dollars (US). Pour les deux pays, ces chiffres représentent le double des valeurs de 1988.[9]

Les ventes de whisky, principale boisson alcoolisée exportée par le Canada, ont diminué de 47,6 millions de dollars en 1988 à 6,2 millions de dollars en 1990, alors que les importations du Japon augmentaient. Le Canada exporte principalement du whisky de seigle.[2]

3.32 Jus

La valeur marchande des importations de jus par le Japon a augmenté de 67,6 % en 1990 pour atteindre 256,0 millions de dollars (US), les jus d'orange et de pomme représentant chacun environ 28 %

du total. La valeur marchande des importations de jus de pomme a augmenté de 164,6 % avec la libéralisation du marché en avril 1990, alors que le jus d'orange importé augmentait de 59,6 % avec la perspective de la libéralisation du marché prévue pour avril 1992.[1] Les exportations de jus du Canada vers le Japon sont minimes (90 433 $ en 1990).

Le marché ayant été dominé par les boissons à faible pourcentage de jus, les consommateurs ne sont pas tellement familiers avec les jus de fruits purs. Cependant, on note une demande grandissante de jus de fruits purs par les consommateurs japonais soucieux de leur santé. On s'attend que la consommation augmente d'au moins dix pour cent au cours des années 1990. Cette hypothèse est étayée par le fait que la consommation de jus, bien qu'elle ait été concentrée au cours des mois d'été, s'étend maintenant à d'autres mois.[9] Le jus est encore en grande partie consommé comme rafraîchissement, bien que certains signes laissent croire que la consommation au petit déjeuner commence à prendre de l'ampleur.[11]

Pour l'heure, la majeure partie du jus de pomme est produit à partir de fruits du pays. On s'attend cependant à un changement, car de nombreux pomiculteurs du Japon abandonnent la production du jus pour se tourner vers la culture de variétés de plus grande valeur qui peuvent être vendues sur le marché en frais. Cela ouvrirait des débouchés au jus de pomme importé.[11]

3.33 Eau minérale

La demande d'eau minérale en bouteille s'est accrue, car les consommateurs japonais, de plus en plus soucieux de leur santé, ont commencé à bouder l'eau du robinet. Les "comptoirs de vente d'eau en bouteille" connaissent beaucoup de succès au Japon, et des entreprises offrent maintenant la livraison directe au domicile et au bureau. Comme la consommation par habitant d'eau en bouteille au Japon est inférieur à un litre, contre 70 litres en France, il y a beaucoup de place pour l'expansion du marché.[12,13] Les importations d'eau en bouteille sont passées de zéro en 1980 à 115 millions de dollars (US) en 1990. Plus de 80 % de ces importations proviennent de la France.[1]

Le Canada exporte au Japon surtout des eaux minérales édulcorées et gazéifiées (provenant à 95 % de la Colombie-Britannique). En 1990, la valeur des exportations a atteint 1,5 million de dollars, dépassant de 13 fois le chiffre de 1988.[2] Le Canada peut tirer parti de la réputation de pays à l'air et à l'eau pure dont il jouit au Japon pour accroître sa part du marché nippon.[12]

3.34 Viandes préparées

De plus en plus, les consommateurs japonais recherchent les viandes de qualité supérieure. Ainsi note-t-on au Japon une augmentation de la production de produits de porc pur, de bacon et de saucisses, et une baisse de la fabrication de produits relativement bon marché tels que le jambon pressé et les mélanges de viande.

Les importations niponnes de viandes préparées ont progressé ces dernières années, mais elles représentent toujours moins de 1 % du marché total. Ce sont surtout les importations de saucisses et de saucissons qui ont augmenté. Mis à part certains produits spécialisés, peu de produits préparés importés sont offerts au détail.[15] Les importations de viandes préparées sont en expansion depuis la libéralisation des importations amorcée en octobre 1988. Leur valeur a fait un premier bond de 24,6 % en 1988 et un autre de 38,2 % en 1989, pour atteindre 191,0 millions de dollars (US).

En 1989, la valeur des importations de viandes préparées se répartissait comme suit entre les différents types de viandes : boeuf préparé (35,0 %), porc préparé (16,6 %), saucisses et saucissons (8,9 %), porc préparé en contenants hermétiques (8,0 %), jambon et bacon (2,7 %), boeuf salé (2,6 %), boeuf préparé en contenants hermétiques et autres produits (24,0 %). Les importations de tous les produits ont augmenté, mais celles de saucisses et de saucissons ainsi que celles de jambon et de bacon ont plus que doublé en valeur entre 1987 et 1989. Les principaux fournisseurs de viandes préparées au Japon en 1989 étaient, dans l'ordre du volume importé, l'Australie, les États-Unis et le Danemark.[14] (Tableau 5)

Tableau 5
Principaux fournisseurs de certaines viandes préparées au Japon en 1989 selon leur part du volume d'importation

	Principal fournisseur	Part du marché (%)
Boeuf préparé	Australie	59,1
	États-Unis	35,1
Porc préparé	États-Unis	45,4
	Taïwan	7,3
Saucisses et saucissons	États-Unis	33,3
	Australie	21,7
Porc préparé (en contenants hermétiques)	Danemark	66,6
	Chine	20,3
Jambon et bacon	États-Unis	28,4
	Danemark	24,8
	Hong Kong	24,6
Boeuf salé	Brésil	34,0
Boeuf préparé (en contenants hermétiques)	Australie	44,8
	États-Unis	41,1

Source: OCDE

Les exportations canadiennes de viandes préparées sont passées de 0,8 million de dollars en 1988 à 3,5 millions de dollars en 1990. Ce groupe de produits affiche ainsi la plus forte croissance parmi toutes les exportations canadiennes de produits agro-alimentaires au Japon. La majeure partie de cette croissance est attribuable à l'augmentation des exportations de produits de boeuf préparés et de saucisses et saucissons, chacun de ces groupes de produits représentant 38 % des exportations de viandes préparées au Japon en 1990 (environ 1,3 million de dollars chacun). Les extraits de jus de viande ainsi que la viande de porc et de dinde constituent les autres exportations canadiennes de viandes préparées au Japon. Depuis 1988, la principale province exportatrice de produits de boeuf préparés au Japon est l'Alberta (66 %) alors que, pour les saucisses et saucissons, c'est le Québec (41 %)[2]. (Tableau 6)

Tableau 6
Exportations canadiennes de viandes préparées au Japon ($)

	1988	1989	1990	milieu de 1991
Boeuf préparé	285,473	304,348	1,356,218	1,112,552
Saucisses et saucissons	188,417	259,318	1,325,345	513,762
Extraits de viande	0	432,752	431,750	200,000
Porc préparé	19,070	254,492	176,985	0
Dinde préparée	140,933	354,604	175,859	104,796
Jambon	119,605	140,633	46,051	10,929
Autres	55,981	156,475	5,987	62,842
TOTAL	789,179	1,902,622	3,518,195	2,004,881

Source: Statistique Canada, OICE

3.35 Pommes de terre préparées surgelées

Les importations japonaises de pommes de terre préparées surgelées (frites) se sont accrues en 1989, pour atteindre 125,0 millions de dollars (US) en 1989, puis ont fléchi légèrement en 1990, passant à 122,0 millions de dollars (US). Avec une part de marché de plus de 85 %, les États-Unis sont le principal fournisseur.[9]

Les pommes de terre préparées surgelées constituent, en valeur, le principal aliment transformé canadien exporté au Japon. Les producteurs canadiens ont tiré profit du fait que le Japon, pour approvisionner son secteur de la restauration en pleine croissance, a accru ses importations de pommes de terre. Le Canada s'est ainsi placé au deuxième rang des fournisseurs. En 1988, les exportations canadiennes de pommes de terre préparées surgelées se sont chiffrées à 10,7 millions de dollars, pour ensuite passer à 16,3 millions de dollars en 1989 et retomber à 10,6 millions de dollars en 1990. Le Canada absorbe un peu plus de 10 % du marché.[2]

3.36 Produits céréaliers

La politique japonaise sur le riz a contribué de façon indirecte à accroître les importations de produits à base de blé tels que les pâtes à mélanger, les biscuits, les mélanges à gâteaux et les pâtes alimentaires. En effet, les prix de soutien élevés du riz ont entraîné une surproduction de cette denrée. Le gouvernement japonais a tenté de corriger la situation en maintenant des prix fermes pour les autres cultures telles le blé afin d'encourager leur production. Cette politique a eu pour effet de rendre les pâtes et les mélanges de boulangerie importés très attrayants pour l'industrie de cuisson japonaise à cause de leur bas prix.[16]

Les mélanges à gâteaux et les pâtes représentent plus de la moitié de l'ensemble des produits transformés à base de blé, et, parmi les produits importés, c'est ce groupe qui a connu la plus forte croissance. En 1989, les importations japonaises ont grimpé à 101 875 tonnes métriques (t) mais, en

1990, elles sont tombées à 77 269 t.[17] La Corée a mérité le titre de principal fournisseur de mélanges de boulangerie au Japon (en 1990 - 53 % du marché en volume), grâce à ses prix très concurrentiels, à sa capacité de fournir des produits fraîchement moulus et à son étroite collaboration avec ses clients japonais.[18] Les États-Unis tiennent le second rang, avec une part du marché de 21 %.[17]

Les exportations canadiennes de pâtes et de mélanges de boulangerie ont progressé en 1989, pour atteindre 6 188 t, puis ont diminué en 1990, passant à 5 265 t. La Saskatchewan, la Colombie-Britannique et l'Alberta étaient les principales provinces exportatrices en 1988. Au cours des deux dernières années, toutefois, la Colombie-Britannique a réduit ses exportations de façon notable, laissant à l'Alberta et à la Saskatchewan 97 % des exportations canadiennes de pâtes et de mélanges de boulangerie au Japon en 1990.[2]

Les exportateurs auraient intérêt à savoir que les boulangeries commerciales japonaises préfèrent recevoir les mélanges importés en sacs de 20 ou 25 kg placés dans des contenants, pour la raison qui suit : lorsque les mélanges sont expédiés en vrac, leurs éléments constituants risquent de se séparer, si bien que, au moment de l'échantillonnage, la teneur en farine du produit pourrait dépasser 85 %, et le produit ne pourrait alors être importé comme mélange de boulangerie.[18]

La demande de pâtes alimentaires au Japon s'est accrue. Les importations de macaronis et de spaghettis sont passées de 25,7 t en 1985 à 43,0 t en 1989. Jusqu'ici, c'est l'Italie qui a été le principal fournisseur du Japon (98 % des importations en 1989). Effectivement, les produits étrangers authentiques sont en vogue chez les consommateurs japonais, ce qui donne un net avantage aux pâtes alimentaires italiennes.[17] Les exportations canadiennes de pâtes alimentaires au Japon sont très faibles. En effet, elles ne totalisaient que 13 570 $ en 1990.[2]

3.37 Produits de l'érable

Les importations japonaises de produits de l'érable (sucre et sirop) sont passées de 247 t en 1988 à 384 t en 1990. Le Canada répond à la quasi totalité de la demande du Japon (95,3 % des importations en 1990), et les États-Unis comblent le reste de leurs besoins.[17] Les exportations canadiennes de produits de l'érable au Japon ont fait un bond, passant de 238 t en 1988 à 366 t en 1990. La plupart des exportations viennent du Québec (82 % en 1990).[2]

Les produits de l'érable représentent toujours un bien petit marché, mais leur popularité s'accroît avec le nombre de visiteurs japonais au Canada. La consommation au domicile absorberait moins de 20 % de l'offre totale, le reste de celle-ci étant destinée au secteur de la transformation des aliments.[19]

3.38 Miel

Après avoir atteint un sommet de 40 000 tonnes en 1983, la consommation de miel au Japon a chuté. Puis, à partir de 1986, elle s'est remise à grimper, pour atteindre 59 101 tonnes en 1989. Le miel entre dans la fabrication des confiseries et des boissons gazeuses, et est aussi consommée à l'état pur. Le miel utilisé par les ménages représente environ 60 % de la consommation totale, mais la part du secteur de la transformation des aliments ne cesse de s'élargir. La production nationale devrait demeurer stable, puisque l'on ne prévoit aucune augmentation importante des superficies ensemencées en plantes

mellifères. Cette stagnation de la production conjuguée à la hausse de la consommation japonaise devrait créer des débouchés pour le miel importé. Les exportateurs de miel gagneraient à adapter leur produit au goût des Japonais; ceux-ci ont une préférence pour le miel doux et de couleur claire.[20]

Les Japonais préfèrent importer le miel non pasteurisé en vrac et le transformer eux-mêmes.[21] La valeur des importations japonaises de miel atteignait 48,53 millions de dollars (US) en 1989, soit une hausse de 38 % par rapport à l'année précédente. Jusqu'en 1988, les trois principaux fournisseurs du Japon étaient la Chine, l'Argentine et l'Union soviétique. En 1989, le Canada supplantait l'Union soviétique au troisième rang. La Chine, qui est en tête, a l'avantage d'offrir de meilleurs prix et d'être située à proximité de son client. En 1989, elle répondait à 81 % de la demande en volume.[20]

Les exportations canadiennes de miel au Japon ont augmenté en 1989, pour atteindre 1,8 million de dollars, puis ont chuté à 0,5 million de dollars l'année suivante. En 1990, les principales provinces exportatrices étaient l'Alberta (65 %) et le Manitoba (26 %). Le Manitoba occupait en 1989 le premier rang parmi les provinces canadiennes exportatrices de miel au Japon, grâce à des exportations totalisant 1,6 million de dollars. Toutefois, celles-ci ont accusé une baisse en 1990, pour passer à 0,1 million de dollars.[2] Les apiculteurs du Manitoba exportent tout excédent de miel non pasteurisé en vrac qui n'a pas été conditionné en portions-consommateurs. Comme leurs excédents sont en baisse, leurs exportations au Japon ont aussi diminué.[21]

3.39 Aliments pour animaux familiers

En raison de la récente montée en flèche du nombre d'animaux familiers au Japon, les importations japonaises d'aliments pour ces animaux sont en hausse. Ainsi, en 1989, elles se chiffraient à 241 millions de dollars (US), une progression de 33,8 % par rapport à l'année précédente. En 1990, toutefois, elles ont reculé légèrement à 225 millions de dollars (US). Le gros de ces importations proviennent de l'Australie et de la Thaïlande qui, ensemble, répondent à plus de 70 % des besoins du marché.[1,9]

Les exportations canadiennes de ce type d'aliments au Japon ont atteint 2,5 millions de dollars en 1989, pour ensuite tomber à 2,3 millions de dollars en 1990. Depuis 1988, c'est la province de l'Ontario qui est en tête de peloton (71 % des exportations canadiennes de ces produits).[2]

Le taux de pénétration de ce groupe de produits n'est que de 20 % au Japon, contre 80 % aux États-Unis. En outre, la proportion de familles possédant un animal familier est en progression. On s'attend donc à une expansion du marché des aliments pour animaux familiers au cours des prochaines années.[9]

4. TENDANCES DE L'ALIMENTATION ET POSSIBILITÉS DE MARCHÉ

Distributeurs automatiques

Le Japon compte plus de 5 millions de distributeurs automatiques d'aliments et de boissons répartis sur tout son territoire. Depuis peu, certains de ces appareils offrent du boeuf surgelé. Une société canadienne (Mr. Crispy's de Toronto) a introduit à l'échelle du Japon 360 distributeurs de frites préparées par McCain Foods Ltd.[6] Puis, une société américaine (Hamilton Meat Co., de San Diego) transforme le beefsteak de palette de choix en sukiyaki mariné, qu'elle emballe sous vide et surgèle en vue de son expédition au Japon.[22] Ces appareils automatiques éliminent les frais de main-d'oeuvre et de location de magasins, et sont d'une grande commodité pour le consommateur. Des transformateurs japonais se penchent déjà sur la prochaine génération de distributeurs automatiques, des "robots" qui prépareront les aliments selon les désirs des clients.[23]

Vogue de l'alimentation fine et des spécialités ethniques

Le goût des Japonais pour les nouvelles expériences gustatives a donné naissance à un marché de l'alimentation internationale. Le secteur de la restauration, y compris celui de la restauration rapide, répond à ce penchant en offrant à sa clientèle, en plus des hambourgeois et du poulet frit, des tacos, des souvlaki et des aliments épicés en provenance du l'Asie du S.-E.[23] Sur le marché de détail, plusieurs entreprises ont lancé des aliments transformés de choix, se vantant d'offrir le goût fin des plats servis par les chefs réputés et dans les grands restaurants.[24]

Marché du cadeau

Des gratifications sont versées en juillet et en décembre, soit pendant les deux périodes d'offrande de cadeaux au Japon, et c'est pendant ces deux mois que les achats d'aliments de grande qualité atteignent un sommet. Ces aliments sont vendus en emballages spéciaux.[9] Le marché des aliments-cadeaux offre de vastes possibilités pour les produits importés de qualité supérieure.

Commercialisation directe

Cette méthode de distribution ouvre de vastes horizons au commerce des produits alimentaires, et notamment à celui des articles-cadeaux. Elle a été utilisée avec succès pour la commercialisation de produits alimentaires aussi divers que le cognac et les aliments pour chats. Ce marché est appelé à prendre de l'expansion au Japon à mesure que l'on disposera de listes informatisées d'autres segments du marché.[23]

Aliments prêts à l'emploi

L'habitude de faire le marché quotidiennement au Japon se perd, car les consommateurs deviennent de plus en plus avares de leur temps. Environ 60 % des ménages possèdent un four à micro-ondes, et on assiste actuellement à une montée en flèche de la production de plats cuisinés pour répondre à leurs besoins.[25] En outre, les débouchés pour les autres types d'aliments-service (ex. : mélanges, aliments surgelés, céréales pour petit déjeuner et mets sautés à la chinoise) sont en pleine croissance.[26]

Aliments de santé

À mesure que la médiane d'âge de la population augmente, on note une préoccupation croissante pour l'alimentation équilibrée et la santé. Le marché a vu naître, outre les produits allégés en matières grasses, pauvres en sel et riches en fibres, des aliments dits "fonctionnels", auxquels on prête une action bénéfique sur la santé, par exemple la réduction du taux de cholestérol[24]. Les boissons additionnées de fibres solubles sont en vogue depuis deux ans, et une nouvelle boisson gélatineuse enrichie de fibres a fait son apparition depuis peu sur le marché[27]. Le gouvernement japonais a créé une estampille facultative pour les aliments de santé, en prévision de l'utilisation accrue de l'allégation "aliment de santé".[28]

Salubrité des aliments

Les consommateurs se soucient de plus en plus de la salubrité des aliments qu'ils consomment. Ce n'est pas uniquement la qualité sanitaire des aliments qui les préoccupe, mais aussi l'effet carcinogène éventuel des additifs alimentaires et des produits agro-chimiques. Leurs inquiétudes ont favorisé le développement d'un marché des produits dits "naturels", "authentiques", "sans additifs" et "faits à la main", ainsi qu'une faveur accrue pour les produits biologiques. Au Japon, les exportations canadiennes jouissent d'une excellente réputation sur le plan de la salubrité des aliments. Toutefois, les groupements de consommateurs continuent d'utiliser le dossier de la salubrité des aliments pour dissuader les Japonais de consommer des aliments importés.[26]

Emballage

Comme l'aspect extérieur revêt une grande importance pour les Japonais, le produit et son emballage doivent tous deux être de haute qualité. Selon les normes américaines, un grand nombre des aliments transformés japonais passeraient pour "suremballés", mais le consommateur nippon s'attend que l'emballage reflète la qualité du produit.[29] Toutefois, avec le mouvement écologique, les consommateurs commencent à demander des emballages moins élaborés.[30]

Les industriels japonais conditionnent leur produit en de plus petites portions que leurs homologues nord-américains. Les consommateurs préfèrent des emballages plus petits pour pouvoir satisfaire aux goûts de chacun des membres de la famille. Et, comme ils accordent beaucoup de valeur à la fraîcheur et disposent de peu d'espace d'entreposage, ils préfèrent qu'il n'y ait pas de restes d'aliments emballés.[28]

Démographie

En 1990, le taux de natalité au Japon est tombé à 1,57, le plus bas niveau jamais atteint dans ce pays. Les industries alimentaires cibleront donc les consommateurs âgés entre 20 et 35 ans et les plus de 55 ans. Les exportateurs canadiens devront aussi tenir compte de ces segments de la population au moment de l'élaboration des stratégies visant le marché japonais. Le fait que ces deux groupes d'âge recherchent des aliments de santé et des aliments en vogue suscite des débouchés pour les produits canadiens à valeur ajoutée tels que les frites, les aliments à cuire au four à micro-ondes, l'eau minérale et le gibier.[25]

5. LE DÉFI À RELEVER PAR LES EXPORTATEURS CANADIENS

On assiste depuis peu à une modification de la composition des importations du Japon, notre deuxième marché en importance après les États-Unis et le principal importateur net mondial de produits agro-alimentaires. Ainsi, au moment où les importations japonaises d'aliments augmentent, la part canadienne de ce marché diminue.

L'objet du présent rapport est de faire ressortir les possibilités de débouchés pour les produits à valeur ajoutée et de signaler la diminution des exportations canadiennes. Ce document s'inscrit dans les efforts du ministère visant à soutenir les stratégies de pénétration du marché japonais élaborées par l'industrie.

Les ministères fédéraux ont mis en place un processus appelé "Stratégies de commercialisation des produits agro-alimentaires" (SCPAA) pour inciter l'industrie à élaborer des stratégies de commercialisation efficaces pour accroître sa compétitivité. Le rôle du gouvernement est de faciliter l'accès au marché en association avec le secteur.

6. PERSONNES-RESSOURCES

AGRICULTURE CANADA

- *Joan Anderson/Murray Gwyer*
  Direction des programmes internationaux
  Édifice C.-D.- Howe , 1G ouest
  240, rue Sparks
  Ottawa (Ont.)
  K1A 0C5
  Téléphone : (613) 993-6671
  Télécopie : (613) 995-0949

AFFAIRES EXTÉRIEURES ET COMMERCE INTERNATIONAL CANADA

- *Greg Bates*
  Affaires extérieures et Commerce international Canada
  Division de l'expansion du commerce avec le Japon
  125, promenade Sussex
  Ottawa (Ont.)
  K1A 0G2
  Téléphone : (613) 995-8985
  Télécopie : (613) 943-8286

AMBASSADE CANADIENNE AU JAPON

- *Ezio DiEmanuele*
  Ambassade canadienne
  3-38 Akasaka 7-Chome
  Minato-ku
  Tokyo 107, Japon
  Téléphone : 81-3 3408-2101
  Télécopie : 81-3 3470-7280

AUTRES RAPPORTS D'ÉVALUATION DU MARCHÉ D'EXPORTATION AGRO-ALIMENTAIRE DISPONIBLE A AGRICULTURE CANADA:

Mexique, Corée et Japon

7. RÉFÉRENCES

1. Japan External Trade Organization, "Japan's Food Imports in 1990", *AG-41*, 1991
2. Statistics Canada, TIERS database
3. Japan External Trade Organization, "Beef", *AGSMS 28*, 1991
4. Canada Beef Export Federation, "Opportunities and Constraints for Canadian Beef Exports to Japan", 1991
5. Japan External Trade Organization, "Pork", *AGSMS 29*, 1991
6. Ezio DiEmanuele, Counsellor (Agriculture, Fisheries, Consumer Products) Canadian Embassy, Tokyo, Japan
7. Hay, K.J. and V. Fiander, "Expanding Markets, Diminishing Shares?", Canada Japan Trade Council, 1989
8. Department of External Affairs, "Export Opportunities in Japan, The Mushroom Market", 1990
9. Japan External Trade Organization, "The Processed Foods Market in Japan", *AG 38*, 1990
10. I.P. Sharp Inc.
11. Anon., "Liberalization Spurs Popularization of Pure Fruit Juice", *Tradescope*, July, 1990
12. Department of External Affairs, "Export Opportunities in Japan, The Bottled Water Market", 1989
13. Anon., "Rediscovering the Value of Water", *Focus Japan*, September, 1990
14. Japan External Trade Organization, "Meat Products" *AGSMS 50*, 1991.
15. Department of External Affairs,"Export Opportunities in Japan, The Processed Meat Market", 1989
16. Parker, J.V., "Japan's Imports of Processed Wheat Products Still Going Strong", *AgExporter*, Sept. 1990
17. Japan External Trade Organization, Agriculture & Fisheries Department, Toronto Office
18. Department of External Affairs, "Export Opportunities in Japan, The Bakery Mix Market", 1990
19. Ontario Ministry of Agriculture & Food, Toyo Japan, "Market Update" September 1991
20. Japan External Trade Organization, "Honey" AGSMS 39, 1991
21. Winters T., Manitoba Regional Office, Agriculture Canada
22. Anon., "Pet Food Imports Grow as Market Exports", *Tradescope*, December 1991
23. Bowers, P., "Anytime Beef Machine", *Meat Processing*, March 1991
24. Brabant, L.E. and J. Szczepanski, "Changing Japanese Society Influences Food Trends, Consumption", *AgExporter*, April 1991
25. Anon., "The Future of Processed Food", *Tradescope*, November 1990
26. Japan External Trade Organization, Food Products of Microwave Oven, *Report No. 36*, March 1990
27. Ezio DiEmanuele, Canadian Embassy, Tokyo, Japan, Telex UITD 5738, March 22, 1991
28. Anon., "Consumers concerned about Food Safety, *Tradescope*, April 1991
29. U.S. Agriculture Trade Office, Tokyo, Japan Post Report 6, 1991
30. Brabant, P., "Study Japan's Processing, Retail Sectors", *Tradescope*, April, 1991
31. Anon., "Is Japan's Wrap Love Affair Over?"*Focus Japan*, March 1991

8. ANNEXES

Exportations canadiennes de produits agro-alimentaires au Japon

	1988	1989	1990	1991-août
	milliers de dollars			
PRODUITS EN VRAC	1 001 421	1 062 516	1 097 308	657 156
PRODUITS INTERMÉDIAIRES	219 473	250 499	269 581	172 812
PRODUITS DE CONSOMMATION	286 706	283 334	217 738	124 274
Viande rouge et volaille	180 242	204 809	165 479	85 828
Fruits et légumes	19 610	16 898	13 605	5 449
Produits laitiers	10 953	15 043	6 036	7 569
Aliments transformés	75 901	46 584	32 618	25 428
- Viande préparée	789	1 903	3 518	2 929
- Légumes et fruits (y compris noix) préparés	12 146	17 570	11 215	8 864
- Céréales/produits de boulangerie	4 712	4 773	3 599	1 797
- Boissons	53 364	17 775	9 798	9 323
- Autres	4 890	4 563	5 088	2 515
Total	1 507 600	1 596 348	1 584 627	954 242

Source: Statistique Canada, SREIC

Importations japonaises de produits alimentaires - 1990

	1990	Variation par rapport à 1989
PRODUITS EN VRAC	**milliers de dollars US**	
Céréales (en vrac)	4 048 578	-5,8 %
Oléagineux	2 033 027	-8,8 %
Café/cacao (brut)	594 979	-29,3 %
Sucre brut	517 905	0,4 %
Total partiel	7 194 489	
PRODUITS INTERMÉDIAIRES		
Animaux sur pied	59 311	-12 %
Fourrage	1 086 188	5,2 %
Corps gras	424 789	-1,7 %
Produits de mouture	413 237	14,2 %
Semences	113 118	8,2 %
Café/cacao/thé/épices	296 966	4,0 %
Boyaux (charcuterie)	58 654	-13,9 %
Sucres	120 838	n/a
Cônes de houblon	44 136	-6,9 %
Total partiel	2 617 237	
PRODUITS DE CONSOMMATION		
Viande et abats	4 823 325	2,8 %
Légumes	1 021 494	-0,6 %
Fruits (y compris noix) préparés	1 739317	-6,8 %
Produits laitiers et oeufs	567 111	-3,7 %
Produits transformés	4 229 126	
Total partiel	12 380 373	
TOTAL	22 192 099	

Source : OJCE

ALIMENTS TRANSFORMÉS	milliers de dollars US	Variation par rapport à 1989
Boissons	2 214 683	24,7 %
Légumes et fruits (y compris noix) préparés	747 848	-4,6 %
Cacao et café préparés	337 044	-3,5 %
Aliments pour animaux familiers	224 894	-6,7 %
Viande préparée	187 509	-8,9 %
Céréales préparées	195 954	-5,0 %
Confiseries	46 578	13,7 %
Autres	274 616	4,3 %
TOTAL	4 229 126	

Source : OJCE